النظريات العلمية

في مجال

الإعلام الإلكتروني

دكتور / رضا عبد الواجد أمين

قسم الصحافة والإعلام بجامعة الأزهر

٢٠٠٧م

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم

بسم الله الرحمن الرحيم

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُزُوا فَانشُزُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ"

سورة المجادلة ، الآية (١١)

الفهرس

الفصل الأول

أهمية العلم
والنظريات العلمية
في حياة الإنسان

لا زلت أؤمن أن الفارق الرئيسي بين الدول المتقدمة والدول الأقــل تقــدما أو الدول النامية ، هو سيادة الروح العلمية في الدول الأولـــى ، أو فـــي كثيـــر من مظاهرها ، وسيادة روح الخرافة ، وغــياب التخطيط عن حياة الأمم والشعوب في الدول النامية ، إن الله تعالى خلق الإنسان وسخر له كل ما في الكون ليكون في خدمته ، وأمره بعمارة الكون ، وخلافة الأرض ، يقول تعالى :

"وَإِذْ قَـــالَ رَبُّـــكَ لِلْمَلائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَـــالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لاَ تَعْلَمُونَ ، وَعَلَّمَ آدَمَ الأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى المَلائِكَةِ فَقَالَ أَنبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلاءِ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ ، قَالُوا سُبْحَانَكَ لاَ عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ العَلِيمُ الحَكِيمُ ، قَالَ يَا آدَمُ أَنبِـــئْهُم بِأَسْـــمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُم بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُل لَّكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ "[١]

وتلاحظـــون معـــي أن الله تعالـــى جعل من مسوغات خلافة الإنسان لله في الأرض أن علمه الأسماء كلها ، وعلمه ما لم تعلمه الملائكة ، وطلب منهم أن يخبروه بعض العلم الذي علمه آدم فقالوا ســـبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا ، إذن فمادة العلم هي أول ما تعلم آدم ،هـــي أكثـــر ما تكرر في هذا الحوار الذي دار بين الله تعالى والملائكة وآدم (الإنسان الأول) ، وفي ذلك دلالة على أهمية العلم

وقيمــــته فـــي الحـــياة ، حيث به تستقيم ، ويضمن أن لا يضل عن الصراط القويم .

إن أول آيـــة قرآنية لامست قلب الرسول صلى الله عليه وسلم كانت تحثه على العلم وأهمية طلبه:

" اقْــرأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ، خَلَقَ الإِنسَانَ مِنْ عَلَقٍ ، اقْرَأْ وَرَبُّكَ الأَكْرَمُ ، الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ، عَلَّمَ الإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ". العلق ١ــ٥.

فالإســـلام، لا مـــراء، يدعو إلى العلم والتقدم الذي تستفيد منه الحـــضارة الإنسانية، وما كانت البشرية لتصل إلى ما وصلت إليه لولا إنتاج العقل المبنى على العلم والبحث العلمي. ذلك العقل الذي يعـــرف أن لـــه خالقـــا، خلق فسوى، وقدر فهدى يتطلع إلى الكون بنظرة إيمانية تعينه على تحقيق النتاج العلمي

ويلعب العلم والبحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية دورا مهما فـــي تطـــور ورفاهية المجتمع في أي دولة. ويمكن اعتبار إجراء الـــبحوث العلمـــية مقياســـا لـــتقدم هـــذه الدول ونموها الاجتماعي والاقتـــصادي. فالـــدول التـــي تعرف كيف تطبق مخرجات البحث العلمـــي، نجدها دائما تحتل مكان الصدارة في مجالات عديدة، مثل تـــصنيع الآلات والأجهـــزة الحـــربية، وهذا يجعلها تتفوق عسكريا

وتكثر مساهماتها الثقافية والعلمية في الحضارة الإنسانية، أو في مجال تقديم الخدمات المتنوعة لمواطنيها وفق أحدث الأساليب. أو كمثال آخر وليس أخرا، في نموها الاقتصادي وبناء المصانع وزيادة الإنتاج وحسن استغلال الموارد الطبيعية.

ويرتبط البحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية بالتنمية الوطنية والأعمار ارتباطا عضويا لا يمكن فصله، والدول المتقدمة صناعيا بارعة في ترسيخ هذا الارتباط والاستفادة منه لأقصى الحدود. حيث يعود التحسن في مستوى معيشة أفرادها بنسبة ٦٠ــ٨٠% إلى التقدم العلمي والتقني، بينما يعزى هذا التحسن بنسبة ٢٠ــ٤٠% إلى وجود رأس المال.

ولقد نهجت الدول المتقدمة نهجا بحيث لا تخطو خطوة في أي مجال إلا بعد دراسة مستفيضة، وهذا ما يجعلها مستقرة اجتماعيا واقتصاديا وعلميا، أو بمعنى آخر أن البحث العلمي يشكل جزءا لا يتجزأ من تنميتها القومية. وعلى العكس من ذلك نجد أن أغلب الدول النامية ترتجل الحلول للمشاكل التي تواجهها والتي تكون بعيدة جدا عن الأسلوب العلمي الموضوعي .

أضف إلى ذلك أن المشكلة أو التحدي في توجيه البحث العلمي إلى أغراض التنمية في الدول النامية تنبع من أن التنمية وحتى

مفهـــوم التنمية في هذه المجموعة مازالت تحبو أو أن التخطيط لها يتم بطرق ووسائل عشوائية أو ارتجالية أو مقلدة لنموذج من الدول الـــصناعية المـــتقدمة. لـــذا تنعكس أنشطة البحث العلمي في هذه المجـــتمعات نتيجة لهذا التخبط أو غياب التخطيط لتغدو ممارسات ونـــتائج لجهود لا تمس أو تتبع أو تتواكب مع احتياجات المجتمع. وقد لا ينظر إليها كأبحاث علمية ذات مردود اجتماعي واقتصادي. وقد يعزى ذلك إلى أن مثل هذا التجافي والتباعد بين البحث العلمي والتنمـــية فـــي البلدان النامية تنتج عنه أبحاث بعيدة الصلة بالتنمية الداخلـــية، إذ يـــسعى من خلالها الباحثون النشر في دوريات علمية عالمية بغرض الترقية أو بغرض حضور محافل علمية عالمية.

ومـــنْ نافلـــة القـــول الإدراك بأن لأنشطة البحث والدراسات العلمـــية دورا هامـــا ومـــشاركة ضليعة في تحقيق أهداف التنمية الوطنية الشاملة لأي مجتمع، إذ تلعب هذه الأنشطة دورا بارزا في إعـــداد وتنمـــية الكـــوادر الوطنية وفي استغلال المصادر الطبيعية الوطنية المتاحة وفي زيادة استقلالية المجتمعات المتمثلة في استيراد أو تطويـــر معـــارف علمـــية وتقنـــيات متعددة للوفاء باحتياجات المجتمع. وتزداد مساهمة أنشطة البحث العلمي في تطوير المجتمع وتتناســـب طـــرديا مـــع كيفية الاستفادة من نتائج الأبحاث العلمية وتطبـــيقها فـــي قطاعـــات المجتمع المختلفة. ويتطلب ذلك، تفاعلا

اجتماعيا وعلميا بين العاملين في هذه المؤسسات وبين القطاعات أو المؤسسات المستفيدة. ولا جدال أن غياب مثل هذا التفاعل أو عدم وجود تنسيق بين هذه الجهات يؤدي إلى تشتيت الجهود والتأخير في مرحلة التوصل إلى الحلول والاقتراحات والبدائل في المؤسسات العلمية ومن ثم تبنيها وتطبيقها في القطاعات والمؤسسات ذات العلاقة.

إن الاستفادة من نتائج الأبحاث والدراسات العلمية تبدأ من مؤسسات الأبحاث العلمية والتطوير (إما باستجابتها لطلب قطاع ما في المجتمع أو بمبادرتها لوضع حلول ودراسات تهدف إلى تعزيز هذا القطاع)، حيث تبدأ حينها هذه المؤسسات بتشخيص المشكلة ودراستها ثم وضع المقترحات الوافية والكفيلة بمعالجتها للتوصل إلى الحلول ومن ثم التوصيات اللازمة بها على أن تطابق هذه الحلول واقع الحال لدى هذه المؤسسات ويتم اختبارها والتأكد من فاعليتها قبل إعدادها بصورة نهائية وتقديمها إلى القطاع أو المؤسسة المستفيدة.

ويلعب البحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية دورا هاما في تطور ورفاهية المجتمع في أي دولة. ويمكن اعتبار إجراء البحوث العلمية مقياسا لتقدم هذه الدول ونموها الاجتماعي والاقتصادي.

فالـــدول التـــي تتميز بكفاءة تطبيق مخرجات البحث العلمي، نجدها دائمـــا تحتل مكان الصدارة في مجالات عديدة، مثل تصنيع الآلات والأجهـــزة الحربية، وهذا يجعلها تتفوق عسكريا وتكثر مساهماتها الثقافية والعلمية في الحضارة الإنسانية، أو في مجال تقديم الخدمات المتـــنوعة لمواطنـــيها وفق أحدث الأساليب. أو كمثال آخر وليس أخرا ، في نموها الاقتصادي وبناء المصانع وزيادة الإنتاج وحسن اســـتغلال الموارد الطبيعية. وتسمى هذه الدول بالدول المتقدمة أو الـــصناعية (أو دول الشمال). بينما نجد دولا أخرى تسمى بالدول النامـــية (أو دول الجـــنوب) نـــرى أن قدرتها على استخدام العلم والبحث العلمي وتطبيقاته التكنولوجية متخلفة . [2]

إن العلـــم أفـــضل فعالـــيات الإنـــسان وأكثر أشكال الحضارة البشرية حضورا وتمثلا وأشدها إيجابية، وإن هذه الحقب المتعاقبة مـــن تـــاريخ الإنـــسان وأنشطته، ما كان يمكن اقتدامها ومحاولة دراســـتها إلا بواســـطة مناهج للبحث العلمي. فالمضادات الحيوية والحاســـبات الإلكترونية والطاقة النووية والسفر عبر الفضاء، الخ كمكتـــشفات بالغـــة الـــتطور والتـــي تثير الدهشة والإعجاب تمتد بجذورها إلى الجهد الإنساني وكانت سببا ونتيجة لتطور فكر ونمو تفكيـــر الإنـــسان. فالعلم والبحث العلمي ينتجان من العقل ويمثلان خيرا عميما متاحا للجميع، وليس حكرا على فئة ما.

كمـــا أن العلم شريان تاجي من شرايين الحضارة الإنسانية ونبضه مؤشر دال على حيوية الحضارة والتقدم ورقي الأمم. والحضارة.

والمنهج العلمي إذن هو طريقة تنظيم عملية اكتساب المعرفة العلمية، إنه المبادئ التنظيمية الكامنة في الممارسات الفعلية للعلماء الـــذين انخـــرطوا بـــنجاح، وعلى مر العصور، في إنتاج المعرفة العلمية والإضافة إلى نسق العلم .

وللعلم مجموعة من السمات الرئيسية ، تتلخص أهمها في :

- أنه يستخدم منهجا متعارفا عليه ، وهذا هو الأساس في العلم أنه طريقة تفكير .
- أنه مجموعة من القوانين تفسر ظاهرة أو ظواهر معينة .
- جسد من المعرفة تتراكم مكوناته على مر سنوات عديدة من البحث عن طريق جهود علماء على مر سنوات طويلة .
- الموضـــوعية ، وهي مسألة نسبية إلى حد كبير ، ولا توجد حـــيادية أو موضـــوعية بنسبة ١٠٠% ، لكننا لابد أن نبذل أقصى طاقتنا للوصول إلى الموضوعية .
- التعمـــيم .. وهـــو هدف العلم ، أن نخرج بقوانين ونظريات علمية تعميمية تنطبق على أكبر عدد ممكن من الظاهرات .

ويمكن تعريف العلم – في هذا السياق – بأنه :

- مجمــوعة من المفاهيم والمبادئ النظرية ذات علاقة نفعية للإنسان [3].

وتأتـــي النظريات العلمية لتمثل القوانين المنتظمة التي توصل إليها العلماء والباحثون لضبط وفهم الظواهر التي تحيط بالإنسان .

مصادر الفصل الأول

[1]سورة البقرة ، الآيات ٣٠-٣٣

[2]د. يوســـف يعقـــوب الـــسلطان ،الإســـلام وتنمـــية العلـــم والـــبحث العلمـــي، مقـــال منشور في موقع www.islamset.com

[3]محمد الوفائي ، مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية (القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٨٩) ص ١٥

الفصل الثاني

الفرق بين النظرية والنموذج والفرض في دراسات الإعلام

مفهوم النظرية

إن كلمة **نظرية Theory** في الإنجليزية معناها:

الجانب النظري من علم أو فن [1]

والنظرية في دائرة المعرف البريطانية :

هي خطة ذات مراحل مرتبة ذهنيا ، تشمل مجموعة من النظم والعمليات والافتراضات والاقتراحات التي تتسبب في إحداث نتيجة قائمة على الاستدلال الذهني المنطقي .

وهـــي ترتيب منطقي منهجي للحقائق طبقا لطبيعة العلاقة بين هذه الحقائق ، وبين فروض مسبقة ، وهي تفسير لصحة بعض الفروض التي لا ترقى لمستوى القانون .[2]

وتعـــرف النظـــرية بأنهـــا مجمـــوعة مـــن المتغيـــرات والمفاهيم والافتراضـــات تقدم نظرة منظمة للظاهرة ، وذلك من خلال تحديد العلاقـــات بين المتغيرات بغرض تفسير الظاهرة والتنبؤ بحدوثها في المستقبل .

والنظـــرية هـــي طريقة لمحاولة فهم موقف أو ظاهرة بهدف التحكم فيها .

والنظـــرية لابـــد أن تقـــوم بالربط بين المفاهيم أو الربط بين الحقائق .

كمـــا أن النظرية العلمية تمثل نظاما أو منظومة من القوانين ، وهـــي ليست مجرد تجميع للقوانين ، فالقانون يتغير نوعا ما عندما يدخل يف نطاق نظرية لها نظام خاص .

والنظـــريات العلمـــية فـــي مجال العلوم الاجتماعية- ومنها علوم الإعلام – تتسم بالثبات النسبي ، بعكس النظريات العلمية في مجال العلـــوم التطبيقية والرياضية التي تتسم بالثبات المطلق ، وهو فارق جوهري بين العلوم التطبيقية والاجتماعية بشكل عام .

وظائف النظرية العلمية :

للنظرية العلمية ثلاثة وظائف هامة :

(١) تفـــسير وفهـــم الظاهـــرة ، وهي أحد أهم أهداف العلم والبحث العلمي بشكل عام .

(٢) التنـــبؤ ، ويعني إمكانية التعرف على ملامح الظاهرة في المـــستقبل القـــريب أو البعيد ، استنادا إلى دراسة الواقع دراسة متعمقة .

(٣) التلخيص والتجميع للحقائق في صورة تعميمات علمية .

مفهوم النموذج

الـــنموذج Model يختلف عن النظرية العلمية ، فالنمـــوذج هو :

- عبارة عن تمثيل مصغر ومبسط للواقع .

فالنظريات تبنى على النماذج التي تبسط الظاهرة تمهيدا لفهمها . ويمكن تشبيه النموذج بالهيكل العظمي ، أما النظرية فهي كائن حي متكامل .

فالنموذج عبارة عن بيت في منتصف الطريق نحو بناء نظرية ، فـــنحن نـــصل إلـــى بـــناء النظرية مرورا بالنموذج أولا ، أي بمساعدته .

ولكـــن كثيـــرا من الباحثين يقومون بالخلط بين النموذج الذي يشبه بالماكيت الذي يعده المهندس لبيت مثلا ، والنظرية التي تمثل البـــيت علـــى حقيقته ، وتعطي زواره صورة واقعية وحقيقية له ، ونجـــد فـــي كثير من أدبيات الإعلام ونظرياته ما يستخدم النموذج والنظرية على أنهما مترادفان ، والحقيقة على ما تم توضيحه .

ويمكن تقديم المفهوم التالي للنموذج :

- الـــنموذج هـــو محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفتـــرض وجودها بين المتغيرات التي تصنع حدثا أو نظاما معينا في شكل رمزي .
- أدوات رمزية تساعدنا على فهم الظاهرة أو النظام ، وإدراك العلاقـــات بـــين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة ..[3]

أنواع نماذج الاتصال :

يصنف بارنلند Barnlund النماذج تحت نوعين رئيسيين :

١- النماذج البنائية : التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الـــشيء ، أي المكـــونات ، وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة .

٢- النماذج الوظيفية : التي تحاول أن تقدم صورة طبق الأصل للأســـلوب الذي يعمل بمقتضاه النظام ، وهي نماذج تشرح طبـــيعة القـــوى أو المتغيـــرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة .

ولتوضيح الفرق بين النوعين السابقين من النماذج ، فإن المخ علـى سبيل المثال يمكن أن نقدمه بطريقة نركز فيها على الجوانب البنائـية ، فنـتحدث عـن الهيكل العظمي الذي يتواجد فيه ، أو قد نقدمه بشكل نركز فيه على تقديم المخ بشكل وظيفي ، فنتحدث عن شـبكة التوصـيلات الكهربية التي تقدم لنا صورة مطابقة للعمليات التي نقوم بها .

وظائف النماذج العلمية :

تحقق نماذج الاتصال أربعة أهداف رئيسية ، هي :

(١) تنظيم المعلومات : فالنموذج يحاول إعادة خلق العلاقات التـي يفتـرض وجـودها بين الأشياء أو الظواهر التي ندرسها ، وذلك في شكل رمزي أو مادي .

(٢) تطوير الأبحاث العلمية : فالنموذج يصور أفكار الشخص الـذي قـام ببنائه عن المتغيرات المهمة في الظاهرة في شـكل يتيح للمتلقي تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات .

(٣) التنـبؤ : لأنه توجد علاقة قوية بين الفهم والتنبؤ ، وذلك أننا بعد أن نفهم الظاهرة ، سنحاول أن نستفيد من النتائج

التي حصلنا عليها ، أي نستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها نتائج أخرى ، أو نحاول تطبيق ما توصلنا إليه على مواقف أخرى مشابهة .

(٤) الـتحكم : بعـد التنظيم والفهم والتنبؤ نصل إلى الهدف الأخيـر مـن أهداف النموذج ، وهو التحكم ، وذلك من خـلال محاولـة الـسيطرة على الظواهر، واستخدامها لصالح الإنسان .

مفهوم الفرض :

يعرف كير لنجر Ker Lengerالفرض العلمي بأنه :

جملة أو مقولة أو حكم مؤقت يتعلق بالعلاقة بين متغيرين

ويعرفه عبد الباسط حسن بأنه :

أفكـار مبدئية تتولد في عقل الباحث عن طريق الملاحظة أو التجـربة ، فـيحاول الـتحقق من صحتها ، باستخدام الملاحظة أو التجـربة ، فـيحاول الـتحقق مـن صحتها باستخدام الملاحظة أو التجربة من جديد ، وهي عبارة عن أفكار مبدئية تربط بين الظاهرة موضـوع الدراسة وبين أحد العوامل المرتبطة بها أو المسببة لها ، أو أنـه عـبارة عـن فكرة مبدئية تربط بين متغيرين أحدهما تابع والآخر مستقل .

مثال لفرض موجه لفهم علاقة بين متغيرين :

تـــوجد علاقـــة بين استخدام الصحافة الإلكترونية وبين متغير الفئة العمرية للمستخدمين .

ومـــن المهم الإشارة إلى أن معظم النظريات الإعلامية لم تكن فـــي بـــداياتها الأولى إلا فروضا استندت إلى موقف أو مشكلة أو ظاهرة ، كما أن كل نظرية أو حقيقة أساسية في مجال الإعلام إنما تقـــوم علـــى عدد من الفروض العلمية التي تكون في مجملها أبعاد الظاهرة الاتصالية .

وظائف الفروض العلمية في مجال الإعلام :

تؤدي الفروض مجموعة من الوظائف ، منها :

(١) تـــساعد على تركيز مشكلة البحث في مجالات محددة ، حـــيث يعتمد عليها الباحث في عزل واستبعاد المتغيرات أو العـــوامل أو الموضوعات التي يفترض عدم تأثيرها فـــي الظاهرة موضوع الدراسة ، أو أنها لا تدخل ضمن دائرة تخصصه .

(٢) تعمـــل علـــى تبسيط مشكلة البحث بتحليلها إلى مشكلات فـــرعية ، حـــيث يعبر كل فرض عن جزئية محددة من المشكلة موضوع البحث .

(٣) تعمـــل الفـــروض العلمية على توضيح مدى العلاقة بين الحقائـــق العلمية في مجال البحث من جهة وبين مشكلة البحث أو موضوع الدراسة من جهة أخرى .

(٤) تفتح أمام الباحثين آفاقا جديدة للبحث في اتجاهات مختلفة لمشكلة البحث ، وقد تكشف عن علاقات بين متغيرات لم يكن الباحث قد وضعها في الحسبان .[4]

أسس صياغة الفروض العلمية :

للفـــروض مجموعة من المواصفات التي ينبغي أن تتوفر فـــيها لـــتكون قابلة للدراسة ، وتحقيق التراكم العلمي والمعرفي المطلوب إضافته في مجال الإعلام ، ومنها :

- أن ينـــبع الفـــرض ممـــا لاحظه الباحث في العمليات الأولية للبحث ، وهي المسح أو الملاحظة أو التجربة ، وهو ما يؤكد العلاقة بين خيال الباحث وواقع المشكلة .
- أن يـــصاغ بصورة واضحة ومحددة ، وخالية من الإسهاب اللفظـــي والغموض ، ومتسمة بالإيجاز ، ومترابطة من حيث المعنـــى واللفـــظ ، مـــع الابـــتعاد عـــن الفـــروض المطولة والمتـــداخلة .

- أن يصاغ الفرض بطريقة قابلة للاختبار أو القياس أو التحلـــيل .أن يصاغ الفرض بصورة تعكس تـ قعات السلب أو الإيجاب للنتائج المحتملة التي يخمنها الباحث في فروضه .
- عـــند صياغة الفرض العلمي القائم على علاقات بين متغيرات يجب أن يتضمن تحديد طبيعة هذه العلاقات ، حتى يمكن استخدامها في شرح أبعاد الظاهرة ومسبباتها .
- عند صياغة الفروض التي ترتبط بمتغيرت كمية فإن صياغة الفرض لابد أن تأتي في صورة كمية تشير إلى اتجاه العلاقة بين المتغيرات .

مصادر الفروض العلمية :

تنـــبع الفــروض العلمية من مصادر متعددة ، ومن أهم مصادر هذه الفروض :

١- الملاحظة والتجربة :

الملاحظـــة هي أسلوب يتبعه الباحث لتوجيه حواسه وانتباهه إلـــى ظاهـــرة معيـــنة رغـــبة مـــنه في الكشف عن سماتها وخصائصها بهدف التوصل إلى تحديدها في مشكلة بحثية .

والتجــربة هــي نوع من الملاحظة المضبوطة التي تتضمن تغييــر بعض الظروف المحيطة بالظاهرة والتحكم فيها رغبة في الحصول على فهم أعمق لها .

ولكــن لا قــيمة للملاحظـــة والتجربة دون الاستفادة منها في وضـــع الفروض العلمية يمكن من خلالها الوصول إلى تفسير مجرى الظاهرة أو محاولة فهمها بصورة أعمق .

٢- **المجال العلمي لتخصص البحث :**

وتعــد النظــريات العلمــية في مجال الإعلام مصدرا خصبا للفــروض العلمــية التي يمكن استنباطها منها ، مثل نظرية الاستخدامات والإشباعات ، ونظرية التأطير ، ونظرية الفجوة المعرفية ...الخ

كمــا تعــد الحقائــق العلمية المسلم بصحتها في مجال العلم مرتكــزا يستند إليه الباحث في تقديم الفروض التي يستكشف بها ظاهرته موضع الدراسة .

٣- الــربط بــين مجــال تخــصص الباحث والمجالات العلمية الأخرى :

حيث تمتد الاهتمامات العلمية لبعض الباحثين إلى مجالات علمية أخرى قريبة الصلة بمجال تخصصه الأصلي ، فيحاول الربط بين هذه المجالات ، مثل علم النفس الإعلامي ودراساته حول

وســـائل الإعـــلام ، وعلم الاتصال والمجتمع ودراساته حول وسائل الاتصال وتأثيرها على البناء الاجتماعي ، وتكويناته .

٤- التخمين :

ويـــرتبط هـــذا المـــصدر بقدرة الباحث على التخيل ، فالتخمين كمصدر للفرض العلمي يأتي وليدا لحدة الذهن ، وتفسيرا ظنيا للعلاقات القائمة بين متغيرات المشكلة أو الظاهرة .

٥- الخبرة الشخصية للباحث :

ويعـــد هـــذا المصدر على درجة كبيرة من الأهمية ، خاصة إذا كـــان الـــباحث الإعلامي يمارس العمل الإعلامي كأن يزاول مهـــنة الصحافة إذا كان متخصصا بها أكاديميا ، الخ ..، حي تمكنه الخبرات السابقة من وضع الفروض لدراسة المشكلات التي يعايشها بنفسه بحكم عمله .

مصادر الفصل الثاني

[1]منير البعلبكي ، قاموس المورد ، بيروت ، دار العلم للملايين ، ١٩٩٤م ، ص ٩٦٣

[2]د. حسن علة محمد ، الإعلام الإسلامي مفاهيم ونظريات ، ملحق مع مجلة الأزهر ، (عدد شعبان ١٤١٨هـ) ص ٢٣

[3]جيهان رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥) ص ٧٠

[4]د. السيد أحمد مصطفى ، منهجية الفرض في بحوث الإعلام ، بحقث منشور في مجلة كلية االلغة العربية بجامعة الأزهر بالقاهرة (العدد١٩-٢٠٠١م) ص ٢١٥١

[5]المصدر نفسه ، ص ٢١٥٩

الفصل الثالث

نظرية الانتقالات Theory of Transitions

(مراحل تطور الاتصال)

تستخدم نظرية الانتقالات لتفسير المراحل المتميزة لتطور الاتصال الإنساني ، حيث كان لكل مرحلة نتائج عميقة على مستوى الأفراد والمجتمعات .

وتنقسم هذه النظرية إلى عدة مراحل[1] :

- **المرحلة الأولى : عصر الإشارات والعلامات :**

وتقوم هذه المرحلة على عدة تخمينات مفادها أن البشر كانوا يعيشون في تجمعات صغيرة مثل الحيوانات منذ ملايين السنين ، وفي وقت ما بدءوا يستخدمون أدوات بسيطة في التواصل الإنساني .

والاحتمال أن الإنسان البدائي مارس الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات التي كان قادرا من الناحية الجسمية والطبيعية على إصدارها ، مثل الزمجرة والهمهمة والدمدمة والصراخ ، بالإضافة إلى لغة الجسد ، والتي كانت تشمل الأيدي والأرجل ، وحركات أخرى ، وبعد ذلك تطورت هذه القدرات عبر مراحل زمنية إلى الأفضل في اتجاه أنماط معقدة وأكثر فعالية ودقة للاتصال على أساس قواعد مشتركة لتفسيرها وفهمها ، ولم تكن هذه الأنماط من الاتصال تسمح بالتطور الحضاري المؤثر

والـــسريع . (ســـيعلق المؤلف على المرحلة الأولى والثانية من نظرية الانتقالات بعد عرض خلاصة المرحلة الثانية)

• المرحلة الثانية : عصر التخاطب واللغة :

وتقـــوم هذه المرحلة على افتراض أن اللغة أو التخاطب قد ظهرت في وقت ما خلال الفترة ما بين ٣٥-٤٠ ألف سنة مضت بـــين مخلـــوقات تشبه الجنس البشري الحالي من الناحية السمية ، ويطلـــق عليها اسم إنسان الكرومانيون ، الذي عثر عل بقاياه في كهف كرومانيون بفرنسا .

وفـــي هذه الفترة اعتمد الإنسان على الزراعة ، وتم ترويض بعـــض الحيوانات استئناسها ، وأصبح الوجود الإنساني أكثر أمنا واطمئـــنانا ، واتـــسع نطاق التجمعات السكانية ، ن وأصبحت لغة الـــتخاطب أكثر تنوعا مما ساعد على انطلاقات كبرى في التطور الإنـــساني ، وساعدت اللغة على تمكين الجنس البشري من التأقلم مع بيئته الطبيعية والاجتماعية بوسائل لم تكن مطروحة في عصر الإشارات والعلامات ، وقد أتاح التحول إلى الاتصال باللغة إحداث تعديلات مثيرة للوجود الإنساني ، حيث انتقلت مجتمعات عديدة من أسلوب الحياة بالصيد وجمع الثمار إلى تطوير حضارات كبرى .

ويرى المؤلف أن التحقق والتثبت من الفرضية القائلة بوجود هاتين المرحلتين أمر متعذر ، حيث تفترض هاتان المرحلتان وجود إنسان بدائي شبيه بالحيوانات في بدايات وجوده على الأرض شكلا وحياة ، وربما تستمد هذه الفرضية على نظرية النشوء والارتقاء الشهيرة التي يدور حولها جدل كبير ، وتتعارض مع كثير من الحقائق العلمية المستمدة من الكتب السماوية ، خاصة تلك التي لم ينلها تبديل أو تحريف كالقرآن الكريم الذي ذكر قصة الإنسان الأول ، وأثبت أن هناك حوار دار بينه وبين الملائكة وبين الله تعالى ، وطبيعي أن لا يكون هناك حوار بغير لغة تخاطب ، يقول تعالى في سورة البقرة :

"وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لاَ تَعْلَمُونَ ، وَعَلَّمَ آدَمَ الأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى المَلائِكَةِ فَقَالَ أَنبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلاءِ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ ، قَالُوا سُبْحَانَكَ لاَ عِلْمَ لَنَا إِلاَّ مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ العَلِيمُ الحَكِيمُ ، قَالَ يَا آدَمُ أَنبِئْهُم بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنبَأَهُم بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُل لَّكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَوَاتِ وَالأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ "[2]

كمـــا ذكر الله تعالى في سورة الأعراف بما لا يدع مجالا لشك أن آدم أبـــو البـــشر قد تكلم وخاطب الله تعالى بعدما أكل من الشجرة التي نهاه الله عنها ، يقول تعالى :

" وَيَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الجَنَّةَ فَكُلا مِنْ حَيْثُ شِئْتُمَا وَلاَ تَقْرَبَا هَذه الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالمِينَ ، فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَـــا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا من سَوْءَاتهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَـــذه الـــشَّجَرَة إلاَّ أَن تَكُـــونَا مَلَكَـــيْنِ أَوْ تَكُـــونَا مِنَ الخَالدِينَ ، وَقَاسَـــمَهُمَا إِنِّـــي لَكُمَـــا لَمِنَ النَّاصحِينَ ،فَدَلاَّهُمَا بِغُرُورٍ فَلَمَّا ذَاقَا الـــشَّجَرَةَ بَـــدَتْ لَهُمَا سَوْءَاتُهُمَا وَطَفِقَا يَخْصِفَانِ عَلَيْهِمَا مِن وَرَقِ الجَـــنَّة وَنَادَاهُمَا رَبُّهُمَا أَلَمْ أَنْهَكُمَا عَن تِلْكُمَا الشَّجَرَة وَأَقُل لَّكُمَا إِنَّ الشَّيْطَانَ لَكُمَا عَدُوٌّ مُّبِينٌ ، قَالا رَبَّنَا ظَلَمْنَا أَنفُسَنَا وَإِن لَّمْ تَغْفِرْ لَنَا وَتَرْحَمْنَا لَنَكُونَنَّ مِنَ الخَاسِرِينَ ، قَالَ اهْبِطُوا بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ "[3]

وقـــد ذكر الله دعاء آدم وحواء واستغفارهما بالقول ، وعبر عـــن ذلك في آية أخرى بأنها كانت كلمات ، وليست إشارات ولا علامات ، كما في قوله تعالى :

" فَتَلَقَّى آدَمُ مِن رَّبِّهِ كَلِمَاتٍ فَتَابَ عَلَيْهِ إِنَّهُ هُوَ التَّوَّابُ الرَّحِـــيمُ "[4]

وربمـــا نتفق مع افتراض نظرية الانتقالات أن حياة الإنسان الأولـــى أخـــذت شكلا تدريجيا من حيث التطور والتنظيم ونشأت

الـــتجمعات الـــسكانية ، وبل وتحول اعتماد الإنسان على الأنشطة الاتصالية والاقتصادية المنظمة في تلك الفترة ، إلا أننا لا نستطيع أن نـــسلم بأنـــه عـــاش فتـــرة من الزمن لا يعرف لغة التخاطب والتواصـــل إلا مـــا كـــان من أمر الإشارات والعلامات ، كما لا يستطيع أي عالم أن يثبت بالدليل القطعي صحة هذا الافتراض .

والحقـــيقة أن هـــذه إشـــكالية كبـــري فيما يتعلق بالدراسات الإعلامية ، حيث أن معظم منظري علم الإعلام ليسوا من العرب ولا المـــسلمين الذين تتاح لهم هذه المصادر التي تحوي معلومات هامة تتعلق بالمراحل الأولى المكونة لنظرية الانتقالات .

لقـــد أنفـــق العرب وقتا كبيرا في الدراسات الأمبريقية – ولا يزالون – دون أن يهتم بعضهم بالتنظير ، لذلك وجدنا معظم – إن لـــم تكـــن كـــل نظـــريات الإعلام – مترجمة عن علماء أجانب ، والحاجـــة ماســـة لأن يتصدى لهذا الأمر علماء الإعلام والاتصال الـــذين ينتـــشرون باتساع العالمين العربي والإسلامي ، ولعل هذه الكلمـــات تكـــون حافـــزا للباحثين أن ينحو هذا النحو من البحث العـــلمي .

• المرحلة الثالثة : عصر الكتابة :

تفتــرض هــذه النظــرية أن الإنسان استغرق ملايين السنين حتى توصـــل إلـــى القدرة على استخدام اللغة ، كما استغرق عدة قرون حتى أصبحت الكتابة إحدى حقائق الحياة الإنسانية .

وتمر مرحلة عصر الكتابة بعدة تطورات ، هي :

- الكتابة التصويرية **Pictographic Symbols**

ظهــرت الكــتابة التصويرية عند المصريين القدماء بعد فترة من اســتقرار نظام الزراعة ، وحاجة الناس لتسجيل ملكياتهم للأرض وعمليات البيع والشراء ، كما كانت تستخدم الكتابة التصويرية في تــزيين المقابــر والمعابد والآثار ، وكانت هذه النقوش عبارة عن صـــور بدائية مرسومة أو محفورة على الجدران والأسطح ، وتم وضـــع هــذه الــرموز في صيغ اصطلاحية متفق عليها ، فالرسم البــسيط لــشروق الشمس يعني اليوم ، ورسم القوس والسهم يعني الــصيد ، والخط المتعرج يعني بحيرة أو نهر ، وهكذا فإن الربط بــين عدة رسومات يمكن أن يحكي قصة عن الصيد أو الحرب أو طقــوس العــبادة ، وقد سمحت هذه المعاني بتخزين المعلومات ، وأصبح انتقال الأفكار ممكنا بهذه الطريقة من شخص لآخر .

- **الكتابة على أساس النطق Ideographic**

طور السومريون (العراقيون) نمطا آخر من الكتابة التي تعتمد علـــى الرموز التي تعكس أصواتا محددة ، ففي حوالي ١٧٠٠ قـــبل المـــيلاد توصـــل السومريون إلى فكرة أن يعبر كل رمز صـــغير عن صوت محدد بدلا من أن يعبر عن فكرة أو شيء ، وكانـــت قـــيمة هـــذا الابـــتكار هائلة ، فبدلا من آلاف الرموز المنفـــصلة أصـــبح المطلوب عددا أقل من الرموز للتعبير عن أصـــوات المقاطـــع التـــي تتكون منها الكلمات ، وكان ذلك هو الخطوة الأولى في تطوير الكتابة الصوتية .

- **الكتابة الألفبائية :**

ظهـــرت الكـــتابة الألفبائية التي تعتمد على الحروف منذ حوالي ٧٠٠ عم قبل الميلاد ، وانتشرت بسرعة نسبية في أنحاء العالم القـــديم ، وتعـــتمد علـــى اســـتخدام رموز الحروف للتعبير عن الأصوات الساكنة والمتحركة بدلا من المقاطع الصوتية ، وكان ذلك تقدما كبيرا .

وكانـــت الكـــتابة تعـــتمد على عدد من الوسائط ، وكانت الأحجـــار أول وسيط يكتب عليه وتسجل عليه المعلومات ، وقد أبـــدع المصريون القدماء صورا رائعة على جدران المعابد من خلال النقوش البارزة والرسوم على الجدران .

واستخدم السومريون الكتابة المسمارية ، وهي الكتابة على لوحات من الطمي من خلال عصا ذات سن مدببة لعمل علامات على الطمي ، ثم تسخن ألواح الطمي المكتوب عليها ، وتتحول إلى فخار .

وفي حوالي عام ٢٥٠٠ ق.م . اكتشف المصريون القدماء طريقة لصنع نوع من الورق من نبات البردي الذي كان يوجد في دلتا النيل ، ومثلت هذه المرحلة نقلة نوعية في وسائط الكتابة حيث تتسم تلك الفترة بسهولة حمل ورق البردي ونقله بالقياس إلى صعوبة ذلك مع الأحجار .

وكان الصينيون هم أول من اكتشف صناعة الورق ، واستطاع العرب أن يتعلموا فن صناعته من الصينيين في النصف الثاني من القرن الثامن الميلادي ، ففي عهد الخليفة العباسي هارون الرشيد ة(٧٨٦-٨٠٩م) انتشرت مصانع الورق في بغداد وغيرها من مدن العالم الإسلامي ، وانتقلت هذه الصناعة في القرن الحادي عشر الميلادي إلى مصر ، أما أوربا – وفقا لما يذكره خليل صابات – فقد وصل إليها الورق عندما أدخله لعرب إلى الأندلس ، وكانت مدينة طليطلة أول مدينة أوربية تعرف صناعة الورق .

• المرحلة الرابعة : عصر الطباعة :

تعــد فكــرة استخدام الختم لترك أثر على سطح ما أو طبع صـــورة من إرهاصات اكتشاف الطباعة ، وقد استخدم الصينيون هــذه الطريقة لطباعة كتاب بأكمله وهو كتاب (الماسة سوترا) أو محـــاورات بوذا ، وهو أول كتاب في العالم حوالي سنة ٨٠٠ م ، وكان ذلك قبل ظهور الطباعة في أوربا بمئات السنين .

ثم اكتشف الألماني يوحنا جوتنبرج المطبعة في عام ١٤٣٦م مـــن خـــلال تطويـــره لآلـــة عصر النبيذ التي كان يعمل عليها ، واســـتغرقت تجاربـــه لمدة عشرين عاما ، وكان الإنجيل هو أول كـــتاب يطـــبعه جوتنبرج في أوربا ، ثم توالى طبع الكتب المتعددة خاصة مع بدايات القرن السادس عشر الميلادي ، وطبع العديد من الكـــتب بأكثـــر من لغة أوربية ، مما كان له أكبر الأثر في زيادة وعي الشعوب ، من خلال تسجيل الأفكار والمعارف الإنسانية التي أدت فيما بعد إلى عدد من الثورات على تقاليد بالية في أوربا .

• المرحلة الخامسة : عصر الاتصال الجماهيري :

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة وسائل الاتصال الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين ، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناتجة عن الثورة الصناعية .

وباختراع التلغراف والتليفون والفونوغراف والسينما الناطقة واللاسلكي مراحل هامة ، وعوامل مساعدة في ظهور الاتصال الجماهيري .

وكان ظهور الصحافة في أوربا وأمريكا مبكرا بعض الشيء ، وظهرت صحافة البنس في نيويورك ، إشارة إلى أن ثمنها لا يتجاوز بنسا واحدا ، بعدما تم عملية تطوير في الجوانب الفنية الخاصة بسرعة الطبع والتوزيع ، وقد نشأت الصحافة منذ ظهورها في غرب أوربا في نهاية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر صحافة خبرية ، أي تقتصر على نشر الأخبار دون أن تجرؤ على التعليق عليها ، وبذلك تكون الصحافة قد بدأت لتؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار ، أما لماذا بدأت

الـــصحافة خبرية فإن ذلك يعود إلى أن ظهور الصحافة قد عاصر تحول المجتمعات في غرب أوربا من النظام الإقطاعي إلى النظام الرأســـمالي وظهـــور الطـــبقة الـــبورجوازية ..والمعـــروف أن البورجوازية قد بدأت تاريخيا مالية تجارية ثم تحولت بعد ذلك إلى بورجوازية صناعية مع ظهور فجر القرن التاسع عشر .[5]

وقد تكررت الظاهرة الأوربية في الوطن العربي ، فقد نشأت الـــصحافة العربية أيضا صحافة خبرية ..فأول صحيفة ظهرت في الـــوطن العربـــي هي صحيفة (الوقائع المصرية) التي أصدرها محمد على حاكم مصر عام ١٨٢٨م ، وكانت منذ بدايتها ، ولفترة طويلة بعد ذلك صحافة خبرية تكتفي بنشر أخبار الدولة وأوامرها وتعلـــيماتها لكبار الموظفين والجمهور ،وذلك لخدمة طموح محمد علـــي فـــي بناء دولة حديثة ، وكذلك كان الأمر مع بقية الصحف الأولى التي صدرت في الدول العربية ، فقد بدأت جميعها صحف خبرية ، مثل :

- صحيفة المبشر الجزائرية ..عام ١٨٤٧م.
- الأخبار اللبنانية عام ١٨٥٨م .
- الرائد التونسية عام ١٨٦٠م .
- صحيفة سورية عام ١٨٦٦م .
- صحيفة طرابلس الغرب الليبية عام ١٨٦٦ أيضا .

- صحيفة الزوراء العراقية عام ١٨٦٩م .
- صحيفة صنعاء اليمنية عام ١٨٧٩م .
- صحيفة مراكش المغربية عام ١٨٨٩م .
- صحيفة الغازيتية السودانية عام ١٨٩٩م .
- صحيفة الحجاز السعودية عام ١٩٠٨م .[6]

وإذا كانت الصحف الأوربية قد بدأت صحفا خبرية لخدمة مصالح الطبقة البورجوازية في أوربا ، فقد ظهرت الصحف العربية لخدمة مصالح الحكومات العربية ، حيث يلاحظ أن جميع هذه الصحف صدرت عن الحكومات والأنظمة الحاكمة لتوصيل أوامرها وتعليماتها إلى الشعوب ، وبالتالي فهي صحافة رسمية .

وفي مجال الإذاعة فقد كان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الإذاعة الصوتية المنتظمة منذ عام ١٩١٩م ، ثم تبعهم الولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٩٢٠م .

كذلك بدأت تجارب التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أواخر العشرينيات من القرن الماضي مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء ، والتصوير الفوتوغرافي ، والاتصالات السلكية واللاسلكية ، وفي أول يوليو ١٩٤١م بدأت خدمات التليفزيون التجاري في الولايات المتحدة .[7]

وخـــلال القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية كبيرة ، وخاصة الوسائل الإلكترونية (الراديو والتليفزيون) باعتــبارها قــنوات أساســية لنقل الأخبار والمعلومات والترفيه ، وأصــبحت برامج التليفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته ، وأنماط معيــشته ، وعكــست بــرامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الحالــية ، وقــدمت الأفــلام الــسينمائية واقع المجتمع وأحلامه ، وساعدت الإعلانات في تلبية حاجة الناس إلى السلع والخدمات .

- **المرحلة السادسة : عصر الاتصال التفاعلي :**

شــهد النصف الثاني من القرن العشرين ثورة هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وترسخن هذه الثورة المعرفية فــي نهايــات القــرن الماضــي الذي شهد اندماجا بين تكنولوجيا الحاســبات الإلكترونية واستخدامها في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري بأسرع وقت ممكن ، وفي أقل حيز متاح .

وتعــد شــبكة الإنتــرنت الحدث الأبرز في عصر الاتصال التفاعلــي الــذي تــم فــيه المــزج بين كثير من وسائل الاتصال الجماهيــرية فــي وســيلة واحدة ، واختزلت العددي من العمليات والمفاهيم الكلاسيكية في حقل الإعلام .

أحــدث ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)internet ثــورة معــرفية في مجال الاتصالات و الإعلام ، غيرت مفاهيم كثيــرة تتــصل بالعملــيات الإعلامــية التــي تحدث في المجتمع ،وصـــارت علامـــة بارزة للعصر الذي نعيشه ، حيث اقترنت به كـــأهم سمات التطور التكنولوجي في تاريخ الإنسان ، وصـــارت عــبارة (عــصر الإنترنت) توصيفا دقيقا لأهم منجزات العصر الحديث.

لقد غيرت شبكة الإنترنت العالم ، إذ مثل ظهورها في أواخر الــستينيات من القرن العشرين ،ثورة أطاحت بالعديد من المفاهيم والنظــريات التـــي ظلـــت قائمـــة لقـــرون عديدة، وولدت مفاهيم ونظريات جديدة تشرح عملية الاتصال الــجديدة ،ولم تكن وسائل الإعــلام الجماهيــرية التقلــيدية بمنأى عن هذه الثورة التي تكاد تعــصف بوســائل إعلامية راسخة لم يكن يتوقع أحد أن تتعرض للانـــدثار وتصبح في ظل الإنترنت شيئا من الماضي ، ولا غرابة فـــي أن تظهـــر بين الحين والآخر توقعات تشير إلى قرب انتهاء حــضارة الورق لتحل محلها ما يمكن أن نسميه (حضارة الوسائط المتعددة والاتصال الجماهيري التفاعلي)[8] .

تطور شبكة الإنترنت :

يعـــد الـــتطور في مجال الحاسب الآلي النواة الأساسية لظهور شـــبكة الإنتـــرنت، فبعد أن نجح الإنسان في صنع آلة تنوب عنه عـــضليا بسعى لبناء آلة حاسبة من التروس والروافع إلي أن خرج إلـــي الوجـــود في نهاية الخمسينيات من القرن العشرين الكمبيوتر الرقمـــي ، ثمـــرة لالـــتقاء علـــوم الفيزياء والرياضيات المنطقية والهندســـة الإلكترونية ، وقد أدى ذلك بدوره إلي ثورة تكنولوجية ولـــيدة التلاقـــي الخـــصب لثالوث عتاد الكمبيوتر hardware، والبـــرمجيات software ، وشـــبكات الاتصالات ، وعلى مدى نـــصف القرن الأخير ارتقت هذه التكنولوجيا بصورة غير مسبوقة خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ ، والأهم من ذلك صوب الأرخص والأســـهل استخداما . [9]

ويمكن إعداد دليل تاريخي لظهور شبكة الإنترنت ، حيث بدأت محاولات متعددة منذ فترة طويلة ، وذلك على النـــحو التالي : [10]

– فـــي ١٩٤٥ طـــرح فانيفار بوش Vannevar Bush آلة أســـماها مـــيمكس ماشين Memex Machine لتنظيم المعارف الإنـــسانية والربط بينها[1] ، وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية ، والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها .

- وفـــي ١٩٦٩ قامــت وكالــة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية بوضع الأساس لقيام أول شبكة إلكترونية تــربط بين عدد من أجهزة الكمبيوتر ، وأول من فكر بهذه الفكرة هــو ليكلــيدر J. Licklider رئيس برنامج بحوث الكمبيوتر في الــوكالة ، وحدد أربع مواقع التقاء للشبكة التي أطلق عليها أربانت ARPANET ، وتــم أول اتــصال مباشــر بينها في ٢٥ أكتوبر ١٩٦٩ ، وتدريجــيا ربطــت الــشبكة بين عدد كبير من الأجهزة والبــرامج المخــتلفة ، وزاد عدد مواقعها في عام ١٩٧٠ إلى ١٣ مــوقعا ثم إلى ٢٣ موقعا في عام ١٩٧١ لتضم عددا من الشركات والجامعات المرتبطة ببرنامج البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع .
- فـــي ١٩٧٠ طــور دينيس ريتش وكينيث تومبسون برنامج تشغيل الشبكات UNIX .
- في ١٩٧١ تم اختراع البريد الإلكتروني Electronic mail ، وتطوير برنامج لإرسال رسائل بريدية عبر الشبكة .
- في ١٩٧٣ خرجت شبكة أربانت إلي العالمية ، حيث تم أول ربــط دولــي بالــشبكة ، وذلــك بجامعة لندن بالمملكة المتحدة ، ومؤســسة "رويــال ريــدر استابلــشمنت " Royal Rader Establishment في النرويج .

- في ١٩٧٤ سمح لمؤسسات أخرى غير مرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية بالحصول على معلومات محددة من الشبكة بعد تطوير قطاع تجاري فيها أطلق عليه تلنيت Tel Net .
- في١٩٧٧ بدأ التوسع في خدمات البريد الإلكتروني ، وتزايد عدد الشبكات المرتبطة بأربانت إلى أكثر من ١٠٠ شبكة .
- في ١٩٧٩ ظهرت شبكة Use Net التي أدخلت خدمة مجموعات الحوار ومجموعات الأخبار.
- في ١٩٨١أسست جامعة سيتيCity University في نيويورك شبكة تعاونية أسمتها بت نت Bit Netفقدمت خدمات البريد الإلكتروني ونقل الملفات لعلماء الجامعة دون الوصول إلى شبكة أربانت .
- في ١٩٨٢ وضعت القواعد الأساسية لشبكة الإنترنت ، وشهدت أوربا إنشاء شبكة مشابهة ربطت بين جامعات في هولندا والدانمارك والسويد وبريطانيا.
- في ١٩٨٣ انتقلت إدارة شبكة أربانت إلى المؤسسة القومية للعلوم في الولايات المتحدة ، وتحولت من شبكة عسكرية إلى شبكة مدنية .
- في ١٩٨٤ تزايد عدد المواقع إلى أكثر من ألف موقع بحثي وأكاديمي .

- في ١٩٨٦ تزايد عدد المواقع إلى أكثر من خمسة آلاف موقع ، وزاد عدد المجموعات الإخبارية إلى ٢٤١ مجموعة ، وتم وضع قواعد لنقل وتبادل الأخبار عبر شبكة الكمبيوتر .
- في ١٩٨٧ ولد ما يسمى بالإنترنت التجارية ، وأصبح عدد شبكات الكمبيوتر نحو ١٢٨ ألف شبكة .
- في ١٩٨٨ طورت الإنترنت خدمة التخاطب Internet Chat .
- في ١٩٩٠ زاد عدد الشبكات المتصلة بالإنترنت إلى ٣٠٠ ألف شبكة ، وزاد عدد مجموعات الأخبار إلى ألف مجموعة ، وتم تقسيم أربانت إلى شبكتين إحداها عسكرية Milnet والأخرى مدنية لا علاقة لها بوزارة الدفاع Internet، وأصبح من الممكن للأفراد الاتصال بالإنترنت عبر التليفون .
- في ١٩٩١ طور كل من بول لندنر ومارك ماكيل برنامج جوفر Gopher لتصفح الإنترنت ، وشهد هذا العام أهم تطور في تاريخ الإنترنت وهو ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية WWW "الوورلد وايد ويب World Wide Web" الذي اخترعه تيم بارنارز لي Tim Berners Lee واعتمد على تكنولوجيا النص الفائق Hypertext للربط بين الوثائق والملفات الصور والرسوم والأصوات على الشبكة .

الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)" :

تقدم شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) عددا من الخدمات الاتـــصالية والإعلامية تفيد المستخدم بشكل عام ، والإعلامي على وجه الخصوص ، ومنها :

أولا : خدمـــة البريد الإلكتروني Electronic mail حيث يسمح البـــريد الإلكترونـــي الـــذي تقدمـــه غالبية المواقع مجانا بأن يقوم المـــشترك بإرســـال وتبادل الخطابات والرسائل ونقل الملفات بين الأفراد والشركات في حوالي ١٩٤ دولة في العـــالم .

ويتميز البريد الإلكتروني بأنه :

(١) مجانـــي إلي حد كبير طالما كانت خدمة الإنترنت متاحة للفرد .

(٢) متوافر في غالبية المواقع .

(٣) تعـــدد برامج الاتصال التي يمكن استخدامها في إنجازه ، وسهولة استخدامها من خلال واجهات تطبيق ميسرة .

(٤) إمكانـــية الاحـــتفاظ بالبـــريد على الشبكة أو على جهاز الكمبيوتر وطباعته .

(٥) إمكانـــية تـــبادل لنصوص والصور بين شخصين وتبادل المواد متعددة الوسائط مثل الأصوات والأغاني ولقطات الفيديو .

(٦) إمكانـــية اســـتخدام البريد الإلكتروني الصوتي من خلال البرامج المخصصة لذلك .[12]

وتعـــد خدمة البريد الإلكتروني من أكثر الخدمات شيوعا وانتشارا علـــى الإنتـــرنت ، وتقـــدر الرسائل التي ترسل يوميا عبر البريد الإلكترونـــي بملـــيار رســـالة ، كمـــا أن عـــدد مستخدمي البريد الإلكترونـــي وصـــل في ٢٠٠٣ إلي ٦٠ مليون شخص يتزايدون بنـــسبة ٨٠٠% ســـنويا ، يـــصلون فـــي ٢٠٠٥ إلي ٥٥٠ مليون مستخدم .[13]

ثانـــيا : **الـــشبكة العنكبوتية الدولية** WWW " World Wide Web":وهـــي خدمة تتيح للمستخدم تصفح قواعد البيانات عبـــر شـــبـــكة (ويب) ، ويعد أكثر تطبيقات الإنترنت شعبية ، وتـــشير إلى تلك المجموعة من الخوادم المتصلة بالإنترنت والتي توفـــر صـــفحات جرافيكية عن المعلومات ، وكلما زاد عدد مشتر كـــيها زاد المحـــتوى الـــذي تتضمنه ، وكلما زاد المحتوى الذي تتضمنه زاد عدد المشتركين المنضمين إليها .[14]

ثالثا : **جماعات الأخبار** News group :

وتتيح هذه الخدمة الانضمام إلي الجماعة أو الجماعات المهتمة بأي موضـــوع لمعـــرفة المزيد من الأخبار عنه ، وقراءة أو مشاركة الآخـــرين فـــي الحـــوار والمناقـــشة حوله من خلال شبكة تدعى

Usenet ، وتستخدم هذه الشبكة عددا كبيرا من أجهزة الكمبيوتر المتــصلة بــشكل دائــم بالإنتــرنت وتعــرض على مدار الأربع والعــشرين ســاعة رسائل وأسئلة وتعليقات وأخبار وأجوبة على أسئلة يرددها القراء .

كمــا يمكــن للمستخدم متابعة الأخبار وقراءة مئات الصحف على شــبكة الإنتــرنت إما عن طريق موقع النشر لكل صحيفة كموقع جــريدة الأهرام [15] ، أو من داخل مواقع إعلامية مثل On line newspaper [16]، أو صحافة[17] ، وغيرها .

رابعا : **خدمة التخاطب الفوري :Chat**

حــيث تتــيح كثير من المواقع غرفا للحوار chat rooms يتمكن المستخدم من خلالها محادثة عدد لانهائي من الأصدقاء عن طريق الحوار الصوتي أو المكتوب باستخدام لوحة المفاتيح وإرسالها إلى الطــرف الآخر الذي يرد على الرسالة بأخرى وهكذا يتم التخاطب الفوري .

خامسا : **خدمة الاتصال التليفوني :**

عــن طــريق تــزويد جهــاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة hardware مــثل كــارت صوت وميكروفون ، وبعض المكونات غيــر الــصلبة وهــي البرامج الخاصة بالاتصال التليفوني على الإنترنت Internet phone software ، وتتيح هذه الخدمة التي

لم تحقق بعد انتشارا كبيرا لدى مستخدمي الإنترنت استخدام الشبكة في الاتصالات التليفونية الدولية بالمجان ، أو بتكلفة أقل كثيرا عن تكلفة الاتصال لتليفوني العادي .[18]

سادسا : **خدمة نقل الملفات** : FTP File Transfer Protocol :

وتسمح هذه الخدمة بإرسال أو نسخ ملفات في شبكة الإنترنت بشرط أن تكون هذه الملفات ممكنة للنقل العام ، إذ أن بعض أجهزة الكمبيوتر تحظر الدخول إليها بسبب السرية أو بسبب احتياطات أمن للدخول أو أن الجهات التي تملكها تفرض رسوما للدخول عليها .[19]

سابعا : **القوائم البريدية** : Mailing lists

وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلي عدد معين من المنضمين إلي هذه القوائم ، وتغطي موضوعات القوائم البريدية مجالات متخصصة معينة ، وتقترب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش .

سمات عصر الاتصال التفاعلي :

(١) التفاعلية Interactivity

وتعــد هذه السمة من أهم السمات التي تميز شبكة الإنترنت بشكل خــاص ، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الإنتــرنت ، كالــتخاطب الفــوري Chatting ، وخــدمات البريد الإلكتروني ، حيث تمكن قارئ أو متصفح موقع ما من التحاور مع كاتــبه ، أو إرســال رسالة إليه ، الأمر الذي يعطي عنصر رجع الصدى — أحد عناصر العملية الاتصالية – سمة الفورية والمباشرة بالقياس إلى تأخره في وسائل الإعلام الأخرى .

وتنقسم التفاعلية في الإنترنت إلى ثلاثة أشكال ، هي :

(أ) التفاعلــية الإرشــادية Navigational Interactivity وهي التي ترشد المستخــدم إلي (الصفحة التالية) أو (العودة إلي أعلى) ....وهكذا .

(ب) التفاعلــية الوظيفية Functional Interactivity وهي تلــك التــي تــتم عبر البريد المباشر والروابط Links ومجموعات الحوار Newsgroup .

(ج) التفاعلية التكيفيةAdaptec Interactivity وهي تلك التي تقدم غرف المحادثة ، وتتيح لموقع الإنترنت أن يكـــيف نفسه لسلوك المتصفحين الزائرين .

(١) تعدد الوسائط Multimedia

وهــو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الإنترنت مــن صــوت ونــص وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد ، وليس بالضرورة أن تجتمع كل هذه التكنولوجيات في منتج واحد ، بــل تخــتلف المواقع طبقا لاختلاف مستوى تطورها ، وبسبب هذه الــسمة تكتــسب شبكة الإنترنت مميزات كل أنواع الاتصال ، فهي تكتــسب ميزة الاتصال الطباعي من خلال تقنية النص ، وتكتسب ميــزة الاتصال الإذاعي بالراديو من خلال تقنية الصوت وتكتسب ميــزة الاتصال التليفزيوني من خلال تقنية الصورة ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة وغيرها .

(٢) النصية الفائقة HTML :

: (HypertextTransport Protocol)

وهــي لغــة برمجة تستخدم لإنشاء وثائق نصوص مترابطة يمكن اســتخدامها في أجهزة الكمبيوتر ، وأصبحت صورة قياسية لهيكلة المعلــومات ووضــعها في وثائق ، وتحتوي وثائق النص المترابط على روابط links تحيل القارئ إلي مواقع أخرى مشابهة.

وتعني هذه السمة سهولة تنقل المستخدم من موقع إلي آخر على الشبكة في الحال ، وتقاس كفاءة الموقع بمقدار ما يتضمنه من روابط بواقع أخرى .

(٣) التدفق الشحني :

ويعني أن المعلومات على الشبكة تنتقل في شحنات وليس في تدفق خطي ، وذلك عبر طرق الإنترنت ، فإذا كانت وسائل الاتصال التقليدية تتبع خطا نمطيا في تقديم مادتها (مساحيا في الوسائل المطبوعة ، وزمنيا في الوسائل الإلكترونية) فان التدفق في الإنترنت يسير عبر شحنات كاملة يمكن استقبالها واستعراضها والخروج منها إلي شحنات أخرى .

(٤) التزامنية واللاتزامنية

تجمع وسائل الاتصال التفاعلية بين صفتي التزامنية واللاتزامنية طبقا لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها .

والتزامنية تعني أن الاتصال على الشبكة يتميز بالتجديد والحداثة والحالية بدرجة تفوق حداثة الوسائل الاتصالية الأخرى ، وتكون اللاتزامنية في بعض الخدمات ، ففي البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن المستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية Instant message كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها يتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به Inbox لحين دخوله

إلـــيه ، ويستطيع المستخدم تأجيل إرسال رسالة لتصل إلي المرسل إليه في موعد محدد .

(٥) التفتيت :

وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الأفراد أو الجماعـــات الـــصغيرة المتجانـــسة بدلا من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة .

(٦) الحركة و المرونة :

حـــيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان ، مثلا، الحاسب الشخصي ، والتليفون المحمول ، وكاميرات الفيديو المحمولة .

(٧) قابلية التحويل :

حـــيث أتـــاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة ، والعكس .

(٨) الانتشار :

وتعنـــي تحـــول الوســـائل الجديدة من مجرد ترف ولإضافات إلى وسائل ضرورية ووظيفية ، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في حالة انتشار التليفون المحمول على نطاق واسع .

(٩) الكونية :

حـــيث أصـــبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة

ويشير هذا العرض للمراحل المختلفة لنظرية الانتقالات إلى حقيقتين أساسيتين ، هما :[20]

١- أن ثورات الاتصال قد حدثت عبر مراحل مختلفة ، وأحدثت كل مرحلة تغييرات كبيرة في الفكر الإنساني ، وفي تنظيم المجتمع وتراكم الثقافة .

٢- أن تطور وسائل الإعلام قد حدث يف مرحلة متأخرة من التاريخ البشري ، وأتاحت كل وسيلة إعلامية جديدة المزيد من فرص استخدام اللغة للمواطن العادي .

مراجع الفصل الثالث

[1] د.حسن عماد مكاوي ، ود. ليلي حسين ، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ط٤، ٢٠٠٣) ص ٩١-١٠٨

[2] سورة البقرة ، الآيات ٣٠-٣٣

[3] سورة الأعراف ، الآيات ١٩-٢٤

[4] سورة البقرة ، الآية رقم ٣٧

[5] د. فاروق أبو زيد ، مدخل إلى علم الصحافة (ة القاهرة ك عالم الكتب ، ط٢ ، ١٩٩٨م) ص ٥٦

[6] المصدر السابق ، ص ٥٧

[7] د. حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ١٩٩٣م) ص٤٣

[8] د. حسني محمد نصر ، الإنترنت والإعلام.. الصحافة الإلكترونية(العين :مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع،٢٠٠٣) ص ١٣

[9] د.نبيل علي ، تحديات عصر المعلومات (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٣)ص ، ١١

[10] هذه المعلومات مستقاة من د. حسني محمد نصر ، مصدر سابق، من ص ١٩ :٢٧

[11] د. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار افجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧م) ص ٦٧-٧٠

[12] د.حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، ص ٧٥

[13] المصدر نفسه ، ص ٧٧

[14] بيل جيتس ، المعلوماتية بعد الإنترنت ، ترجمة : عبد السلام رضوان (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد٢٣١، ذو القعدة ١٤١٨ ، مارس ١٩٩٨) ص ١٥٦

[15] وعنوانها الإلكترونيhttp//www.ahram.org.eg

[16] وعنوانه الإلكتروني http//www.onlinenewspaper.com

[17] وعنوانه الإلكتروني : http//www.sahafa.com

[18] د.حسني محمد نصر ، مصدر سابق ، ص ٤٤

[19] عبد الحميد بسيوني ، التعليم والدراسة على الإنترنت (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠١) ص ٢٩

[20] حسن مكاوي ، وليلي حسين ، مصدر سابق ن ص ١٠٨

الفصل الرابع

نظرية الاستخدامات والإشباعات

Uses and Gratifications

توجد عدة مداخل نظرية لدراسة استخدامات الجمهور لوسائل الإعـــلام ، ومن بين هذه المداخل والنظريات مدخل **الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications** باعتباره يساعد على التعـــرف علـــى نمط استخدام الجمهور لكافة الوسائل الاتصالية ، ودوافـــع اســـتخدامهم لهـــا ، والإشـــباعات المتحققة من وراء هذا الاستخدام .

وتعـــد نظرية الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجـــال دراســـة تأثيـــر وسائل الاتصال ، حيث تعد النموذج البديل لـــنموذج التأثيـــرات التقلـــيدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك ، بينما يركز مدخل الاســـتخدامات والإشـــباعات علـــى كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافـــع واحتياجات الجمهور الإنسانية ، ويتميز الجمهور في إطار مـــدخل الاســـتخدامات والإشباعات بالنشاط ، والإيجابية ، والقدرة علـــى الاختـــيار الواعي ، والتفكير ، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثيـــر ، والـــذي يعنـــي بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور ، إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة .

ويـــؤمن مـــدخل الاستخدامات والإشباعات أن للجمهور إرادة يـــستطيع مـــن خلالهـــا تحديد أي الوسائل يستخدم ، وأي محتوى يخـــتاره ، ويركـــز المـــدخل على الدوافع الخاصة ، ويفترض أن

المحـــتوى الأكثـــر فاعلية لوسائل الاتصال لا يستطيع التأثير على الـــشخص غيـــر المستخدم للوسيلة في الإطار الاجتماعي والنفسي الـــذي يعـــيش فـــيه ، حـــيث تمثل قيم واهتمامات وأدوار الأفراد الاجتماعية العامل الحاسم في اختيار الأفراد لوسيلة الاتصال ولنوع المضمون المقدم من خلالها.[1]

وتعـــتمد الـــبحوث فـــي مدخل الاستخدامات والإشباعات على افتـــراض أن الأفراد يقومون بدور إيجابي في عملية الاتصال ، إذ تـــوجد لـــديهم دوافع تدفعهم لاستخدام وسائل الاتصال ، ومن هنا يظهـــر مـــصطلح (الاستخدامات Uses) ، كما يفترض أيضا أن احتـــياجات الأفراد يمكن أن يتم إشباعها من خلال التعرض لوسائل الاتصال ، ومن هنا يظهر مصطلح (الإشباعات Gratification) .[2]

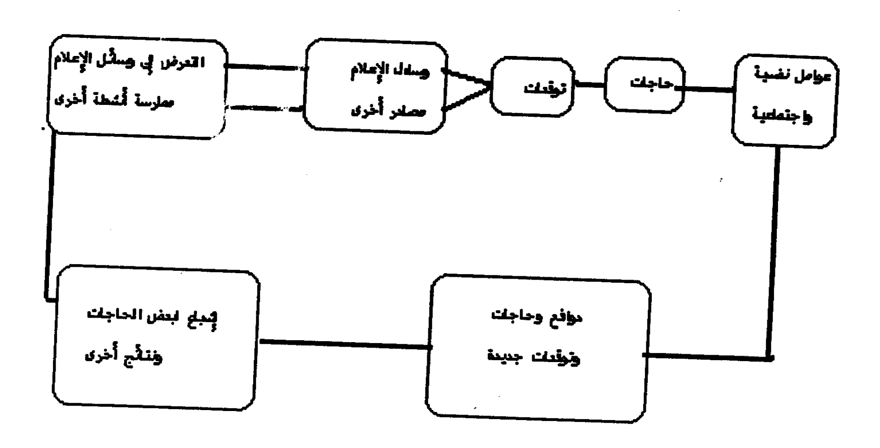
ومـــع انتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة صاحب هذا الانتشار تأثيـــرات عديـــدة ، خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بـــشكل عـــام ، وتشمل تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للـــتحكم في عملية الاتصال ، فلم يعد القائم بالاتصال هو المسئول الوحـــيد عـــن اختيار الرسائل والمضامين الإعلامية وفرضها على الجمهور ، بل أصبح لمجموعات الجمهور الذي يشترك أفرادها في الاهتمام بموضوع معين دور فعال في المشاركة في إنتاج وصياغة

هـــذه المضامين .[3] ويتضح ذلك بشكل واضح في تعامل مستخدمي شبكة الإنترنت ، والانتقائية العالية التي يمارسونها ، وطبيعة الدور الذي يؤدونه في عملية الاتصال عبر الإنترنت .

تطور مدخل الاستخدامات والإشباعات :

طـــرح Elihu Katz مـــدخل الاستخدامات والإشباعات عام ١٩٥٩م فـــي مقال رد فيه على رؤية Bernard Berlson بموت حقل أبحاث الإعلام ، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الـــذي مات ، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثيـــر الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس ، وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور ، واقترح Katz التحول إلى التساؤل حول ماذا يفعـــل الـــناس بالوســـيلة الاتصالية ، وطرح نموذج Riely and Riely ١٩٥١م الذي أكد استخدام الأفراد المختلفين لنفس مضمون الرســـائل بهـــدف تحقـــيق إشـــباعات متبايـــنة ، وتطـــور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة Blumler & Katz ١٩٦٩م للانـــتخابات العامة البريطانية عام ١٩٦٤م ، والتعرف على أسباب مـــشاهدة أو تجـــنب مشاهدة الحملات الانتخابية ، وحدد Katz &

Blumler & Gurevetch ١٩٧٤م اختـــــصاص مـــــدخل الاســـتخدامات والإشـــباعات بالأصـــول النفـــسية والاجتماعـــية للاحتـــياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والمصادر الأخرى ، والتـــي تـــؤدي إلـــى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنـــشطة تنـــتج مـــن الاحتياجات والإشباعات ، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها.[4]



شكل يوضح نموذج الاستخدامات والإشباعات [5]

وتطورت أبحاث الاستخدامات والإشباعات في فترة الثمانينيات فـــي إطــــار المــــنهج التجريبــــي من خلال دراسة Stanford & Riccomini & Bryant & Zillman حـــيث أفـــادت النـــتائج بارتفـــاع تفـــضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض لها في حالة توافق الإشباعات المتوقعة مع الإشباعات التي تم الحصول عليها .[6]

فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات

يبنـــى مـــدخل الاستخدامات والإشباعات على فكرة مؤداها أن حاجات الفرد المرتبطة بوسائل الاتصال ، والتي تنشأ في ظل بيئة اجتماعـــية ونفـــسية معينة تخلق لدى الفرد دوافع للتعرض لوسائل الاتـــصال ، فضلا عن مصادر أخرى غير وسائل الاتصال ، حيث يتوقع الفرد أن تحقق له هذه المصادر إشباعات لهذه الحاجات ، وقد تنجح وسائل الاتصال في تحقيق هذه الإشباعات ، وقد لا تنجح في ذلك .[7]

ويقوم هذا المدخل على عدد من الفروض التي تمت مراجعتها لـــتلائم ما تم التوصل إليه من نتائج حول جمهور وسائل الإعلام ، يمكن تلخيصها فيما يلي :

(١) أن الـــسلوك الاتصالي سلوك هادف Purposive وذو دوافـــع Motivated ، حـــيث يـــسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل .

(٢) يـــتخذ الجمهور مبادرة انتقاء واستخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الشخصية ، فقد يكون استخدام الجمهـــور لوســـائل الإعـــلام هـــو استجابة لاحتياجاتهم الأساســـية ، ولكنه من ناحية أخرى يشبع حاجاتهم ، يلبي رغباتهم ، كالبحث عن المعلومات لحل مشكلة ما .

(٣) يتأثـــر الـــسلوك الاتـــصالي لجمهـــور وســـائل الإعلام بمجمـــوعة مـــن العوامل الاجتماعية والنفسية التي تعمل بمـــثابة المتغيـــر الوسيط بين الوسيلة وجمهورها ، فهذه العـــوامل تعمل بمثابة المرشح أو الفلتر لاستجابات الفرد السلوكية تجاه وسائل الإعلام .

(٤) قد تؤثر وسائل الإعلام في سمات الفرد من ناحية أو في البـــناء الاجتماعـــي والـــسياسي والثقافـــي والاقتصادي للمجتمع من ناحية أخرى ، ومن ثم يمكن الاستدلال على المعايير الاجتماعية و الثقافية السائدة في مجتمع ما ، من خلال استخدام أفراده لوسائل الإعلام .

(٥) تتنافس وسائل الإعلام مع أشكال الاتصال الأخرى على عملـيات الانتـباه والانـتقاء والاسـتخدام التي يجريها الجمهـور لإشباع حاجاته ورغباته ، فهناك علاقة مؤكدة بين الاتصال الشخصي والجماهيري ، حيث أن الطريقة التي تلبي بها وسائل الإعلام الاحتياجات تختلف من فرد لآخـر باختلاف الظروف الاجتماعية والنفسية المحيطة بكل فرد .[8]

ويحقـق مدخل الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيـسة ، هي :

(١) التعـرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، وذلك بالنظـر إلـى الجمهور النشط الذي يستطيع اختيار واستخدام الوسائل التي تشبع حاجاته .

(٢) شـرح دوافع التعرض لوسيلة معينة ، والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

(٣) التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .[9]

ويرتكــز مدخل الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من العناصر تمثل محور هذا المدخل ، وتتمثل في :

(١) افتراض الجمهور النشط Active Audience

(٢) الأصــول النفــسية والاجتماعــية لمــستخدمي وسائل الإعــلام .

(٣) دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام .

(٤) توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام .

(٥) التعرض لوسائل الإعلام ، والإشباعات الناتجة عنه.[10]

أولا : افتراض الجمهور النشط :

فالجمهــور وفقــا لهذا المدخل يستخدم وسائل الإعلام بشكل يرتبط باحتياجاته وأهدافه ، كما أن لديه الوعي الذي يمكنه أن يحدد بوضــوح الأســباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل ، ومن هنا يصبح مفهوم الجمهور النشط هو جوهر هذا المدخل .[11]

وتــشير الدراســات الحديــثة فــي إطار مدخل الاستخدامات والإشــباعات إلــى أن مفهــوم الجمهور النشط لا يفترض فقط أن الجمهــور يخــتار ما يتعرض له من وسائل ورسائل إعلامية ، بل يتعدى ذلك إلى اختيار المعنى الذي يفسر في إطاره هذه الرسائل ، فالمعنـــى غير كامن في الرسالة الإعلامية ، بل هو كامن في ذهن

هــذا الجمهور النشط ، الذي يفسر ما يتلقاه من رسائل في ضوء ما لديه من خبرات واستعدادات سابقة وعلاقات اجتماعية وإطار دلالي ، ثم في ضوء مدى توافق هذه الرسائل أو تعارضها مع ما لديه من اتجاهــات ومعــتقدات وقيم وآراء ، وينفي مفهوم الجمهور النشط الفكرة القائلة بوجود معنى واحد للرسالة يفسر في إطاره كل أفراد الجمهور مفردات هذه الرسالة ، فالجمهور نشط في اختيار الرسائل التــي يتعرض لها ، وهو أيضا نشط في تفسير معاني هذه الرسالة بالطــريقة التي ترضيه ، حتى أنه قد يفسر هذه الرسائل بطريقة قد تتناقض مع المعنى الذي يهدف إليه القائم بالاتصال .

وتشير الدراسات التي أجريت مؤخرا عن استخدام التكنولوجيا الحديثة إلى نشاط وافر ومقنع للجمهور في ظل التطور التكنولوجي يكشف عن مزيد من الإيجابية لهذا الجمهور ، ومزيد من القوة التي يكتــسبها مــن خــلال الإمكانيات الهائلة التي تتيحها له تكنولوجيا الاتــصال الحديــثة ، والتي أتاحت له كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام ، وسيطرتها على مصادر المعلومات ، ووضعها للعديد من القيود على إنتاج الرسائل الإعلامية ، فمن خلال البريد الإلكتروني والقــنوات الفضائية والإنترنت ، وغيرها أمكن للكثيرين الحصول على كثير من المعلومات والآراء التي ربما تكون قد حظرت بشكل رســمي فــي دولهم ، ولهذا يقول Ganley إن الأفراد أمكنهم في

إطـــار مـــا يتمـــتعون به من إيجابية أن يطوروا استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ، ويستخدمونها لتحقيق أهداف ربما لم ترد على بال صانعيها ، ولم تصمم من أجلها .[12]

ويقسم الباحثون نشاط وإيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال الحديثة إلى ثلاثة مستويات :

(١) الانتقائـــية Selectivity وهـــي ســـابقة على التعرض لوسائل الاتصال .

(٢) الاســـتغراق والانـــدماج Involvement أثناء التعرض لوسائل الاتصال .

(٣) الإيجابـــية ، بعـــد التعـــرض لوسائل الاتصال ، وتشمل إحـــساس الفـــرد بـــزيادة المعلـــومات بعد التعرض ، والاشتراك في مناقشات حول موضوع الرسالة الإعلامية .[13]

وقـــد أضـــافت الإنترنت والصحافة الإلكترونية بعدا جديدا لهـــذه المستويات ، حيث عمقت من مفهومها ، وأضافت معان جديـــدة لكـــل مـــن الانتقائـــية والاستغراق الذي يشغل متصفح الإنتـــرنت بـــشكل لا يوجد مع وسيلة أخرى ، والإيجابية التي يمارسها القائمون بالتصفح عبر مواقع الإنترنت .

ثانيا : الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام :

ويعنـــي هـــذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية ، ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفـــرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جـــزء مـــنها ، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقـــي ، والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهـــور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في اســـتخدامه لهـــذه الوسائل ، بل تؤثر أيضا على تفسيره لمعاني الرسائل الاتصالية التي يتعرض لها .[14]

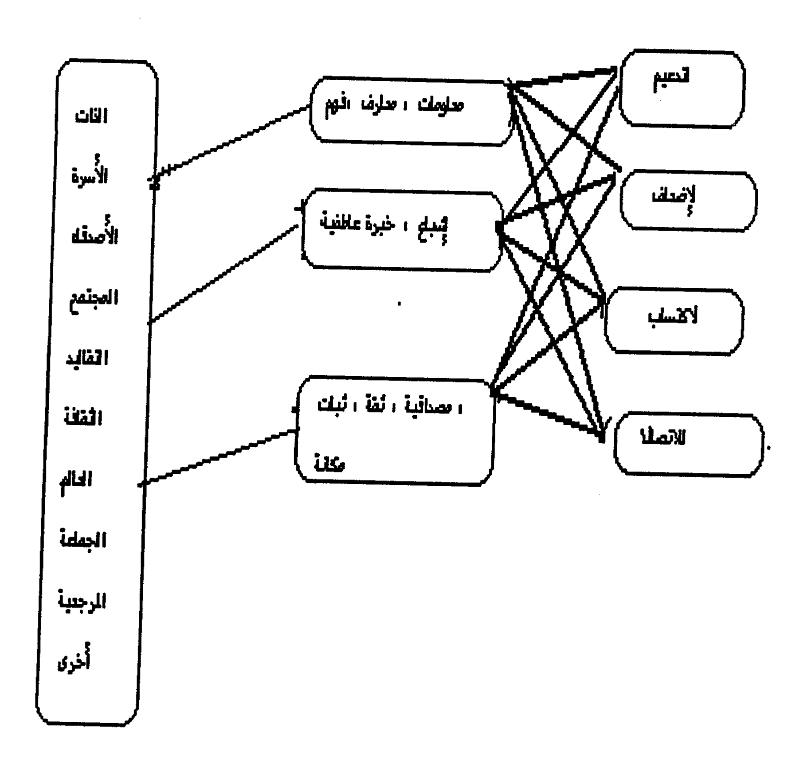
ثالثا: دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام :

يفتـــرض مـــدخل الاســـتخدامات والإشباعات أن دوافع التعـــرض لوســـائل الاتصال تنتج أساسا عن الحاجات النفسية والاجتماعـــية ، وتـــؤدي إلى توقعات معينة يمكن إشباعها من خلال وسائل الاتصال .

وقـــد اعتبـــر كاتز Katz وزملاؤه ١٩٧٣م ، أن الأفراد يـــستخدمون وســـائل الاتصال الجماهيري للاتصال بالآخرين ،

وقامـــوا بتجمـــيع ٣٥ حاجة من البحوث السابقة ، وذلك لتحديد الوظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الاتصال الجماهيري يمكن تجميعها في خمس فئات هي :

- الحاجـــات المعـــرفية : اكتـــساب المعلـــومات ، المعرفة ، الفهم .
- الحاجـــات العاطفـــية : العواطف ، الاستمتاع ، الخبرة الجمالية .
- الحاجـــة للتكامل الشخصي : تدعيم المصداقية ، الثقة ، الاستقرار .
- الحاجـــة للتكامل الاجتماعي : تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء .
- الحاجة لتخفيف التوتر : الهروب والترفيه.



شكل رقم (٢) يوضح نموذج كاتز للحاجات من وسائل الاتصال الجماهيري

وهناك خلاف بين الباحثين في دراسة دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، فهناك وجهة نظر ترى أنه من الممكن النظر إلى الدوافع علـــى أنها حالة داخلية يمكن للجمهور إدراكها وفهمها مباشرة من خـــلال مـــنظور مـــدخل القيمة المتوقعة Expectancy Value Approach ، فـــإن دوافع الفرد للتعرض لوسائل الاتصال تعكس ســـلوكا إيجابـــيا ذا قيمة ، أو خصائص ذات قيمة في الوسيلة تدفع الجمهـــور للتعـــرض إلـــيها ، وبالتالي فإن الفرد يكون قادرا على التعبير ـــ وبشكل لفظي ـــ عن أسباب استخدامه لوسائل الإعلام .

بيـــنما هـــناك وجهة نظر أخرى ترى أنه ليس من الممكن فهم وإدراك دوافـــع الجمهور مباشرة ، فالدوافع لا يمكن فهمها مباشرة نتـــيجة تمتعها بدرجة عالية من التجريد . وصعوبة تقليل المكونات العاطفـــية للدوافع عند صياغتها في صورة لفظية ، وبالتالي يجب اســـتنباط الدوافع من المبحوث عن طريق استخلاصها من الأفكار والسلوك .[15]

وكـــل مـــن وجهتـــي النظر السابقة قد تكون هامة في بعض الدراســـات الخاصة بدراسة سلوك الجمهور ، فكل قد يكون ملائما لـــبعض الدراسات دون الأخرى ، ومن ثم يمكن استخدام أكثر من منظور في وقت واحد .

رابعا : التوقعات من وسائل الإعلام :

تعـــد توقعات الجمهور من وسائل الاتصال ناتجة عن دوافعه التـــي تختلف حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد ، كما تعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الاتصال .

ولعـــل أحد الاتجاهات لتطور فهم تأثير دوافع جمهور وسائل الاتـــصال للتعـــرض لتلك الوسائل يمكن أن نجده في نظرية القيمة المـــتوقعة مع ربطها بنموذج الاستخدامات والإشباعات ، وتفترض نظـــرية القـــيمة المتوقعة أن سلوك الإنسان يحكمه إدراك الشخص للاحـــتمالات المختلفة والقيمة التي قد تتحقق نتيجة السلوك ، وتمثل هذه النظرية حكما عاما في نظرية الاستخدامات والإشباعات ، ففي حالة إغفال عناصر البناء الاجتماعي فإن التعرض لوسائل الاتصال ينـــتج عـــن بحـــث الأفراد عن النتائج ذات القيمة ، والتي تجعلهم يخـــتارون بإرادتهم التعرض لوسائل معينة أو لرسائل خاصة تحقق لهم القيمة التي يتوقعونها ، والتي يلتمسون فيها إشباع حاجاتهم .[16]

ويمكـــن أن تـــساعد نظـــرية القـــيمة المتوقعة في فهم دوافع الجمهـــور والمؤثـــرات الأخـــرى التي تؤدي إلى التعرض لوسائل الاتـــصال ، وذلـــك من خلال ربط العلاقة بين دوافع الجمهور أو حاجاته وسلوك التعرض لوسائل الاتصال ضمن متغيرات أخرى قد تحقق القيمة المتوقعة للأفراد .[17]

خامسا : التعرض لوسائل الاتصال :

يفتـــرض مـــدخل الاستخدامات والإشباعات أن دوافع الأفراد تـــؤدي بهـــم إلى التعرض لوسائل الاتصال حتى يتحقق الإشباع ، بالإضـــافة إلـــى سلوك التعرض لوسائل الاتصـال ، وفي إطار هذا المـــدخل يمكـــن النظر لوسائل الاتصال باعتبارها أحد الحوافز أو التفسيرات التي تحقق الإشباعات.[18]

وتتمـــثل أهـــم الإشباعات التي تتحقق لدى الجمهور المستخدم للإنترنت فيما يلي :

(١) استكـــشاف كـــل مـــا هـــو جديـــد في العالم الخارجي Browsing and Exploring حـــيث كـــشفت إحدى الدراســـات الميدانية التي أجريت عام ١٩٩٥م أن ٩٠% مـــن مـــستخدمي الإنتـــرنت يكـــتفون بعملـــيات تصفح واستعراض واكتشاف المواقع المختلفة والجديدة عليها ، وأشـــارت دراســـة أخرى إلى أن الإثارة التي يشعر بها مـــستخدمي الإنتـــرنت عند اكتشافهم لأبعاد ملامح ذلك العالم الجديد تشبع حاجاتهم للهو والترفيه ، كما أنهم في تعرضـــهم للمواقـــع المخـــتلفة قـــد يصادفون ما يشبع احتياجات معرفية لديهم .[19]

(٢) البحث عن المعلومات Information Seeking حيث أظهـرت إحـدى الدراسـات أن ٧٣% من مستخدمي الإنتـرنت يبحـثون عن المعلومات في مختلف مجالات الحـياة ، وتـستطيع شـبكة الـويب إشباع الاحتياجات المعرفية لدى المستخدمين بما توفره من مواقع معلوماتية مختلفة .

(٣) الاستمتاع والتسلية Entertainment حيث تبين أن ٥٧ % مـن مـستخدمي شـبكة الويب يقومون بذلك للترفيه والتـسلية ، يساعدهم وجود العديد من المواقع الترفيهية التي تعرض مواد فكاهية ، أو مسابقات ، وغير ذلك من أشكال المواد الخفيفة .[20]

(٤) الاتصال بالآخرين Communication with Others حيث تستخدم شريحة كبيرة من مستخدمي الإنترنت هذه الوسـيلة للدخول في مختلف أشكال الاتصال (من واحد إلـى واحد ، من واحد إلى مجموعة ، من مجموعة إلى مجمـوعة) وتـوجد تطبيقات مختلفة للاتصال الإنساني عبر الإنترنت ، سواء في الأنشطة البحثية والعلمية ، أو فـي مجـالات الاتصالات الشخصية والاجتماعية ، مثل اسـتخدام خـدمات البـريد الإلكترونـي ، والجماعات

الإخــبارية ، وجماعات المناقشة Usenet ، أو غرف الحوار والدردشة Chat rooms .[21]

(٥) تحقــيق الوجود الافتراضـي Virtual Presence وهو مــن الإشــباعات التي يمكن تحقيقها من استخدام شبكة الــويب ، ويعنـــي الوجود الافتراضي شعور المستخدم بالــتواجد فـــي بيــئة افتراضـــية يتيحها له الكمبيوتر ، وتختلف عن البيئة المادية الفعلية التي يوجد بها .[22]

وهــناك عدة جوانب لمفهوم الحضور أو الوجود الافتراضـــي ، مــنها مـــا يتعلق بخبرة نقل الواقع إلى المــستخدم في مكانه ، ومنها ما يتعلق بخبرة الانتقال أو تبادل الأماكن ، والمقصود بخبرة نقل الواقع أو تصويره الدرجــة التـــي تــستطيع فيها الوسيلة أن تقدم للجمهور تــصورات قريبة من تصوراتهم للموضوعات والأحداث المختلفة ، وتبدو كما لو كانت حقيقية وواقعية .

ويمكن التفرقة بين نوعين من هذه الواقعية :

- الواقعــية الاجتماعــية ، أو إلـــى أي مدى يكون المحـــتوى الإعلامـــي المقــدم قـــريبا من الحياة الواقعـــية ، ويعكس الأحداث التي تقع في العالم المباشر المحيط بالمستخدم .

- الواقعــية المرتبطة بالإدراك الحسي ، فقد يكون الموضــوع المقدم غير مألوف في الواقع ، لكن طريقة عرضه أو الشكل الظاهري له يساعد على إدراكه حسيا ، ودمج المستخدم فيه ، برغم أنه قد يكــون بعــيدا جــدا عن مسرح الحدث ، وتلعب تطبــيقات الوسائط المتعددة دورا مهما في تحقيق هذه الفكرة .[23]

الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات

تعــرض مــدخل الاســتخدامات والإشــباعات إلى عدد من الانتقادات ، منها :

(١) يــواجه المــدخل الوظيفي في وسائل الإعلام العديد من الــصعوبات أولهــا الــتداخل فــي مفهوم كلمة وظيفة Function فهــو يمكــن أن يــستخدم بمعنـــى هـــدف Purpose أو نتــــيجة Consequence أو مطلـــــب Requirement أو توقع Expection .

(٢) أن وســائل الإعــلام ليست دائما مؤسسات مستقلة تعمل بالأصالة عن نفسها فحسب ، وإنما تعمل أيضا نيابة عن

جماعـــات ومنظمات أخرى ، وهو ما يجعل من الصعب التمييـــز بـــين وظائـــف الإعلام وبين وظائف الأجهزة الأخرى في المجتمع .

(٣) أن المداخل الوظيفية تكون معنية بتكريس الوضع القائم ، والتنكر للتغير الاجتماعي .[24]

(٤) صـــعوبة قـــياس الحاجـــات Needs ممـــا يجعل عملية استنتاج الإشباعات التي تقوم بإشباعها غاية في الصعوبة ، بالإضافة إلى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والإشباع والاستخدام .

(٥) المـــيل الـــشديد إلى الفردية في المنهج والمفاهيم ، وهذا يـــؤدي إلـــى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل .

(٦) غـــياب النظرية الاجتماعية يجعل المدخل يتصف بدرجة عالـــية من التجريد ، حيث يتم عزل عملية الاتصال عن العملـــيات الاجتماعية الأخرى ،[25] فالأمر لا يتوقف على الحالـــة العقلية ، ولكن هناك أمور عديدة تعتبر متغيرات فـــي علاقـــتها باســـتخدام وســـائل الإعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد ، والحالة الاقتصادية ، والتعليم .

(٧) يصف مدخل الاستخدامات والإشباعات الجمهور بالنشاط ، وهـذا النـشاط مرتبط بالانتقائية واختيار مضمون من محتوى وسائل الإعلام ، إلا أن فكرة نشاط الجمهور قد تـتعارض مـع افتـراض آخر لهذا المدخل ، وهو أن الدوافع تتحدد بناء على الظروف والخبرات الاجتماعية ، كما أن هناك بعض الدلائل تشير إلى أن عملية التعرض لـبعض الوسـائل الإعلامية – كالتليفزيون مثلا – غير انتقائية .

(٨) أن نـتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط بدعوى إرضاء أذواق المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب ....الخ[26]

الـرد علـى الانـتقادات الموجهة إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات :

تـصدى الباحـثون للرد على الانتقادات التي وجهت إلى هذا المدخل كإطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الإعلام ، منها :

- أن مفهـوم الجمهور النشط يمكن التغلب على غموض هذا المفهوم من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاثة مـراحل ، تتمثل في الانتقاء قبل التعرض ، والاهتمام أثناء التعرض ، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض .

- اسـتطاع الباحـثون وضـع قائمـة مـن الحاجـات والإشـباعات يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له ، وبذلك تم تجاوز الشكوك حول قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعاتهم .[27]

الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات :

- اتجـاه يهـتم بالـربط بـين دوافع الاستخدام وأنواع الإشـباعات وطبـيعة المـضمون وطبيعة الوسيلة ، فتعرض الفرد لوسيلة معينة ، ومضمون معين سيؤدي إلـى إشـباعات معيـنة تـرتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الإعلامية .

- اتجـــاه يهـــتم بفحـــص العلاقـــة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل واتجاهاتها .
- اتجـــاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية علـــى استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها ، مـــثل المتغيـــرات الشخـــصية ، والسياق الذي يتم فيه التعرض ، والنشاط الاجتماعي .

وقد يعود اهتمام الباحثين بهذا الاتجاه إلى ضرورة تقديم دلائل حـــول تأثيـــر وســـائل الإعلام منطلقين في تفسيراتهم من السمات الاجتماعية والفردية . [28]

مراجع الفصل الرابع

[1] Gunter , Barrie ,Media Research Methods,Measuring Audience,Reactions and Impact(London :Sage Publications,2000) pp 15-21

[2] عبد الرحيم أحمد سليمان درويش ، تعرض المراهقين للأفلام السينمائية والإشباعات التي تحققها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، ١٩٩٧م) ص ٦٩

[3] Severin ,James W Tankard, Jr,Communication Theories : Origins,Methods,Uses In The Mass Media,3rd.edition,London(1992) p

[4] هبة أحمد شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، ٢٠٠١م) ص ٢٣٧

[5] د. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة : عالم الكتب ، ١٩٩٧م) ص ٢٢٢

[6] هبة شاهين ، مصدر سابق ، ص ٢٣٨

[7] عادل عبد الغفار فرج خليل ، استخدام الصفوة المصرية للراديو والتليفزيون المحلي ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٩٥) ص ٩

[8] نرمين سيد حنفي ، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أنماط الاتصال الأسري في مصر ، دراسة مسحية مقارنة ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، ٢٠٠٣م) ص ٢١ نقلا عن

Bryant& Dolf Zillman , 1994p 419

[9] د. حسن عماد مكاوي ، استخدامات التليفزيون وإشباعاته في سلطنة عمان ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من طلاب الجامعة ، مجلة بحوث الاتصال ، العدد الثامن (أغسطس — أكتوبر ٢٠٠٠م) ص ص ١-٥٧

[10] أمل السيد أحمد متولي دراز، قارئية الصحف المصرية المتخصصة ، دراسة تحليلية وميدانية ، دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٢م) ص ٥٣

[11] W.J.Severin,J.Tankard,Jr: Communication Thories.ets ,p329

[12] G.D.Ganly ,The Exploring Political Power Of Personal Media (N J Norwood, Ablex Publishing Corp., 1992,p 10

[13] Palmgren&Phlip, Uses And Gratification : Atheoretical Perspective, Communication Yearbook (8) , 1984,p.4

[14] D.Croteau & W.Hoynes , Media Society : Industries,Images and Audiences.(Thousand Oaks,CA: Sage, 1997) pp 231-236

[15] Austin S. Babrow, Thoery and Method in Research on Aduience Motives Journal of Broadcasting and Elictronic Media ,vol.32No 4 fall1988,p.471

[16] "An expectancyJValue Approach to Media Gratifications "
P.Palmagreen,&J.D.RayburnII, in K.E.Rosengren,L.A.Wenner,&P.Palmgreen,(Eds) Media Gratificatio s Research : Current Perspectives (Beverly Hills : Sage, 1985) P.P 61-72

[17]د ليلى حسين ، استخدامات الأسرة المصرية لوسائل الاتصال الإلكترونية ومدى الإشباع الذي تحققه ، مصدر سابق ،ص ١٠٢

[3]المصدر السابق نفسه ، ص ١٠٣

[19] Hunter, Christopher, Uses and Gratification of the Worled Wide Web (available on line at :
http//www.bc.edu/bc-org/avp/cas/comm/webuses.htm.) accesson 5/2/2004

[20]مها عبد المجيد صلاح ، استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية وميدانية ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة والنشر ، ٢٠٠٤) ص ١١٧

[21] December, John, Units of Analysis for Internet Communication ,Journal of Communication , (Winter 1996) vol46, No.1 Pp14-35

[22] Lombard,M, &Ditton ,T.At The Heart of it all: The Concept of Presence ,Journal of ComputerMediated Communication ,1997, Available on line at :
http//jcmc-huji,ac.il/vol3/issue2/lombard.html.accesson 5/2/2004

[23]مها عبد المجيد صلاح ، مصدر سابق ، ص ١١٩

[24]د.حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٩١م) ص ٣٣

[25] Philip Elliot, Uses and Gratifications Research :Acritique and Asociological Alternative ,in Jay Blumler and Elihu Katz (eds) The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research, (USA,Sage publications ,1974,3rd edition , p.p. 251-253

[26]Dennis Mcquil and Seven Windhal , Communication Models for The Study of Mass Communication (England : Longman Press , 1984)2nd edition ,p.78

[27]كمال ربيع الحاج ، استخدامات الشباب السوري للبرامج الثقافية في الراديو والتليفزيون والإشباعات المتحققة منها ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٩٨م) ص ٢٢

[28]المصدر السابق نفسه ، ص ٢٣

الفصل الخامس

نظرية التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية

نظرية التفاعلية في وسائل الإعلام الإلكترونية

نموذج التفاعلية في الاتصال الشبكي :

يعد نموذج التفاعلية في وسائل الإعلام بين المرسل والمستقبل من أهم النماذج العلمية التي تشرح وتفسر عملية الاتصال التي تتم عبر المستخدم ومنتج الرسالة الإعلامية على شبكة الإنترنت ، حيث غير الاتصال التفاعلي عبر الإنترنت الكثير من المفاهيم المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية ، وألغى الكثير من الفوارق بين أطراف عملية الاتصال الشبكي ، وحد من قدرة القائم بالاتصال على سبيل المثال على تحديد أولويات (أجندة) الجمهور المتلقي .

وتتفق الإنترنت مع وسائل الإعلام التقليدية على نشر كم هائل من المعلومات لعدد ضخم جدا ولا نهائي من المستخدمين وأفراد الجمهور إلا أنها تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية في أنها تعطي عادة للمستخدم القدرة على الاستجابة الفورية والمباشرة لمصدر المعلومات إلى جانب القدرة على مناقشة الموضوعات المختلفة مع

غيره من المستخدمين ، وبالتالي فهي تعطي للمستخدم الفرصة لأن يكـــون مـــصدرا للمعلومات في نفس الوقت الذي يستقبلها فيه ، لذا فالإنتـــرنت لـــديها الإمكانـــية لتكون أول وسيلة اتصال جماهيرية عالمية تفاعلية .[1]

ويـــشير مفهوم التفاعلية إلى الدرجة التي يسيطر فيها المتلقي على عملية الاتصال ، ويتبادل الأدوار مع المرسل ، وهو ما جعل التفاعلـــية تركز على قدرة المتلقي على الاستجابة للرسالة ، وقدرة الوسيلة على نقل استجابة لاحقة لعملية تلقي الرسالة ، وهو ما جعل باحثـــي الاتـــصال يـــربطون بين تفاعلية وسيلة الاتصال والعوامل النفسية والسلوكية لدى المتلقي .[2]

وبالـــرغم مـــن ارتـــباط مفهوم التفاعلية بالاتصال الشخصي المباشـــر إلاّ أنه يصلح لدراسة أنماط اتصالية حديثة مثل التليفزيون التفاعلي Cable TV والاتصال عبر شبكة المعلومات الدوليـــــــة (الإنترنت).

ويـــرى رفائيلـــي أن مفهـــوم التفاعلية يشير إلى مدى تسلسل وارتباط الرسائل التي يتم تبادلها عبر عملية الاتصال ، ويشير إلى أنها تعني فورية ومباشرة درجة الاستجابة ، وتمثل عملية مترابطة ، وهـــي أيضا متغير يرتبط بإجراءات الاتصال ، ويمكن أن يشار لمـــستواها مـــن حـــيث الجودة والفاعلية ، وأشار في دراسته إلى

مجمـــوعة مـــن العوامل التي تتدخل في الموقف الاتصالي لتساعد على تحقيق التفاعـــلية ، وتشمل الإشباعات التي يشعر بها المتلقي من التفاعل مع الرسالة ، والتقبل ، وهي بذلك مرتبطة بعدة عناصر تتمثل في جودة الأداء ، والدوافع التي تشجع المتلقي على الرد على المرســـل ، الـــرغبة فـــي التواصـــل الاجتماعي ، ويؤكد على أن التفاعلـــية تـــؤدي إلـــى المـــزيد مـــن التعاون بين أطراف العملية الاتصالية .[3]

و يـــتحقق هـــذا الـــتعاون ــ ولـــو بشكل جزئي ــ في مواقع الصحف الإلكترونية التي تمكن المتصفح من ممارسة بعض الأنماط الاتـــصالية كالاشتراك في تحرير وإنتاج المادة المحررة ، أو إبداء رأيه وكتابة تعليق على الموضوع المنشور ، أو إرسال رجع صدى فوري من خلال البريد الإلكتروني أو المراسل أو ما إلى ذلك .

وقـــد أكـــد Xigen على أهمية استخدام نموذج التفاعلية في دراســـة الـــصحف الفـــورية على شبكة الإنترنت لما تفرضه من ضرورة توافر مناخ اتصالي تفاعلي في استخدامها ، حيث يجب أن يتبع المستخدم مسارات معينة في التجوال ، وأن يقوم بنقر العناوين والوصـــلات الموجـــودة فـــي الصفحات التي تنشط ، وتعرض له المعلـــومات المطلوبة مما يعني أن التفاعلية هي العنصر الأساسي الـــذي يعـــتمد علـــيه تـــصميم واستخدام الصفحات المنشورة على

الإنتـــرنت ، كمـــا توفـــر الإنترنت للصحف الفورية إمكانية وجود اتـــصالات مباشـــرة تربط بين المحررين وأفراد الجمهور وهو ما يعني حيوية وفورية استقبال رجع الصدى من الجمهور .[4]

وتعـــتمد درجة وصف الوسيلة الإعلامية بالتفاعلية على عدد من العوامل ، منها :

- عـــدد وشـــكل ونوع المدخلات التي تستطيع الوسيلة تقبلها من المستخدم والاستجابة لها .
- طبيعة المتغيرات التي يستطيع المستخدم التحكم فيها وتغييـــرها فـــي الاتصال الغير مباشر مثل الترتيب الزمني للأحداث المعروضة .
- التنظيم والترتيب المكاني للمفردات .
- درجات الصورة ، وتدرجات الألوان وعوامل أخرى مثل مدة العرض وسرعته .
- مدى التوافق والملاءمة بين طبيعة مدخلات المستخدم ومخرجات (استجابة) الوسيلة .
- سرعة استجابة الوسيلة للمدخلات الخاصة بالمستخدم ، فالوســيلة التفاعلـــية المثالية هي التي تستطيع أن تستجيب في نفس وقت تلقي أوامر المستخدم .[5]

وقد أشار Mc Millan إلى أن للتفاعلية ثلاثة أشكال أو ثلاثة مستويات تندرج كلها تحت المفهوم الشامل للتفاعلية في عملية الاتصال منعا لحدوث أي لبس في فهم أبعادها ، وهي :

(١) التفاعل في علاقة المستخدم بغيره من المستخدمين User-to- User ، مثل أشكال الاتصال التفاعلي الشخصي التي تعتمد على الحاسب الآلي ، ومنها البريد الإلكتروني ، والدردشة ، وتكمن أهم ملامح ذلك المستوى من التفاعلية في أنه يعد أول تطبيق للتزامنية مقترنة بالاتصال المكتوب .

(٢) التفاعل بين المستخدم والوثائق User-to- Ducument وهو الشكل الذي يسمح للمستخدم بالتحكم التكنولوجي في اختيار المحتوى والتفاعل معه ، مثل استخدام الصفحات الفورية التي تعتمد على هيكل الهايبرتكست .

(٣) التفاعل بين المستخدم والنظام User-to- System وتتضمن مختلف أشكال التفاعل بين الإنسان والآلة مثل الألعاب وآليات البحث .[6]

والصحافة الإلكترونية تتسم بالفورية والتفاعلية التي تمكن المستخدم من التفاعل مع غيره من المستخدمين من خلال ساحات

الحـــوار والدردشـــة ، أو مـــن خلال التعرف على آراء وتعليقات المستخدمين على المضمون المقدم في الموقع الإلكتروني ، أو بأي وسيلة أخرى ، كما تمكن المستخدم من التفاعل مع النص المقروء ، وذلـــك بإتاحـــة الحرية الكاملة في الانتقاء من النصوص المتـــاحة علـــى الموقع ، ثم إمكانية حفظ المادة الإعلامية في ملف إلكتروني خاص به ، أو طبعه ، أو التعليق عليه في المواقع التي تتيح ذلك .

التفاعلية في استخدام الصحافة الإلكترونية المصرية

وفـــي دراســـة ميدانية عن الأشكال التفاعلية التي يستخدمها جمهـــور الـــصحافة الإلكترونية ، كانت أهم النتائج المتعلقة بهذا السياق ما يلي : [7]

يشير مفهوم الجمهور النشط في هذا السياق إلى استخدام واحد أو أكثـــر من الأشكال التفاعلية التي تميز الصحف الإلكترونية عن مثيلتها الورقية ، بالإضافة إلى ما يدل عليه مفهوم الجمهور النشط عموما من عمليات الانتقاء والاختيار .

وبيـــنت نتائج الدراسة أن أكثر الأشكال التفاعلية استخداما من النخبة عينة الدراسة كانت المشاركة في الاستفتاءات واستطلاعات الـــرأي التي تقوم بعض الصحف بإعدادها للتصويت لمستخدميها ،

حيث ذكر ٨١,٧% من المبحوثين أنهم يستخدمون هذا الشكل التفاعلي ، منهم ٤٢,٤% يشتركون في الاستفتاءات بانتظام ، و ٣٩,٣% يشاركون فيها بين الحين والآخر ، بينما ذكر ١٨,٣% فقط من المبحوثين أنهم لا يشتركون في الاستفتاءات واستطلاعات الرأي .

وبينت نتائج الدراسة أن استخدام المبحوثين للبريد الإلكتروني الذي يتيحه الموقع التابع له الصحيفة جاء في المرتبة الثانية ، ولكن بنسبة ليست عالية (٣٨,٩%) ، ويحرص ١٣,١% من المبحوثين على استخدام البريد الإلكتروني على مواقع الصحف الإلكترونية المصرية غالبا ، ويستخدمه٢٥,٨% أحيانا ، في حين لا يستخدمه ٦١,١% من المبحوثين ، وربما يرجع ذلك إلى:

- أن هناك أماكن أخرى تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية بإمكانيات ومساحات أكبر .
- وأن غالبية الصحف الإلكترونية تشترط للاستفادة من هذه الخدمة الدخول على الخادم Server الخاص بموقع الصحيفة من خلال أرقام تليفونات خاصة بها .
- وأن كثيرا من الصحف الإلكترونية المصرية لا تتيح لمستخدميها هذه الخدمة .

كمـــا كـــشفت الدراسة عن قلة مشاركة المبحوثين في غرف الحـــوار والنقاش Chat Rooms على مواقعها ، إذ لا يستخدم هذه الإمكانـــية ســـوى ٣١,٤% مـــن المبحوثـــين ، منهم ١٤,٤% فقط يـــستخدمونها غالبا ، و١٧ % يستخدمونها أحيانا ، وبلغت نسبة من لا يـــدخل علـــى ســـاحات الحوار في مواقع الصحف الإلكترونية المـــصرية ٦٨,٦% من المبحوثين ، ويرجع ذلك إلى أن كثيرا من مواقـــع الـــصحف الإلكتـــرونية المـــصرية لا توفـــر هذه الخدمة لمـــستخدميها ، الأمـــر الـــذي يبـــين أنها لا تستفيد من كثير من الإمكانيات التفاعلية التي تتيحها لها شبكة الإنترنت .

وأظهـــرت نـــتائج الدراســـة أن ٢٧,٩% مـــن المبحوثـــين يـــستخدمون القوائم البريدية ، ١١,٨% يستخدمونها غالبا ، و١٧,٩ % يـــستخدمونها أحـــيانا ، وبلغـــت نسبة من لا يستخدمون القوائم البريدية في مواقع الصحف الإلكترونية المصرية ٧٠,٣% من عينة الدراسة .

كما دلت نتائج الدراسة أن نسبة ضعيفة تستخدم خدمة المراسل Massenger علـــى مواقع الصحف الإلكترونية المصرية (١٦,١ %) حـــيث يستخدمها ٥,٢% غالبا ، ١٠,٩% أحيانا ، في حين لا يـــستخدم المراســـل ٨٣,٩% من عينة الدراسة الذين يستخدمون الصحافة الإلكترونية المصرية .

وتـــؤكد هـــذه النـــتائج علـــى أن مواقع الصحف الإلكترونية المصرية غير قادرة حتى الآن على اجتذاب أعداد كبيرة من القراء الـــذين يفـــضلون مـــثل هذه الممارسات التكنولوجية التفاعلية على الإنترنت .

مراجع الفصل الخامس

[1]مها عبد المجيد ، مصدر سابق ، ص ٩٩

[2] McMillan, J.Sally,(2000)What is Interactivity and What Does It Do ? Paper Presented at The Communication Technology and PolicyDivision .Association for Education in Journalism and Mass Communication ,Annual Conference in Fhoenix AZ

[3] Rafaeli, Sheizaf and Sudweeks,Fay(1997) Networked Interactivity , Journal of Computer Mediated Communication (online) vol .2 No 4. Available : http//www. Use.edu./dept/annenberg/vol12/issue4/rafaeli.sudweeks.html

[4] Li, Xigen , (Summer, 1998) , Web Page Design and Graphic Use of three Unewspaper, Journalism Quarterly and Mass Communication , Vol75, No.2, Pp : 353-365

[5] Lombard, M., and Ditton , T., (1997) At The heart of it all : The Concept of Presence , Journal of Computer Mediated Communication (on line) , 3(2) available at :
www.jemchttp//
.huji-ac.il/vol3/Issu2/Lombard .html.

[6] Livingston , Sonia, Young People and New Media Childhood and Changing Media Envirnment , London : Sage Publications , First Edition , 2002, Pp213-215.

[7]د. رضا عبد الواجد أمين ، الصحافة الإلكترونية (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٧م) ص ٢٠١-٢٠٣

الفصل السادس

نظرية نشر وتبني الأفكار المستحدثة

Diffusion of Innovation Adoption

نظرية نشر وتبني الأفكار المستحدثة
Diffusion of Innovation Adoption

يعــد مــدخل نــشر وتبني الأفكار المستحدثة من أهم المداخل النظــرية التــي تساعد في فهم طبيعة استخدام الجمهور للصحافة وكافــة وســائل الإعلام بشكل عام ، والصحافة الإلكترونية بشكل خاص باعتبارها شكلا جديدا من أشكال الاتصال ، ونمطا جديدا من أنمــاط الــتعامل الإنــساني عبر وسائل الاتصال ، وتعد الصحافة الإلكتــرونية –التي لم تصل بعد إلى درجة الجماهيرية بشكل كبير طــبقا لمفهــوم الحــشد الحدي Critical Mass – نمطا اتصاليا مستحدثا تلعب النخبة دور كبير في تبنيه وانتشاره.

و يطلق مفهوم الأفكار المستحدثة على فكرة معينة أو موضوع مــا يــدرك من قبل الفرد على أنه جديد ، وكما يقول روجرز فإن نشر الأفكار المستحدثة يعتبر أساس التغير الاجتماعي ، سواء كان ذلــك في قبول المستحدث أم رفضه ، ولأن نشر هذه الأفكار يعتمد أساسا على الاتصال المباشر وغير المباشر يمكن أن يقال إن التغير الاجتماعي هو إحدى نتائج عملية الاتصال .[1]

فالتغيير الاجتماعي عملية منظمة تتم بواسطتها تغيير بنية ووظائف النظام الاجتماعي ، وتمر عملية التغيير الاجتماعي بثلاثة مراحل :

- مرحلة خلق أو إنتاج شيء ما يمكن اعتباره جديدا أو مختلفا .
- مرحلة نشر أو إيصال هذا الشيء الجديد (المستحدث) لأفراد النظام الاجتماعي .
- مرحلة النتائج الفردية أو الجماعية التي تظهر إما من قبول المستحدث أو رفضه .

والمرحلة الأخيرة هي التي تحدد حدوث التغير الاجتماعي أم لا ، وبغض النظر عن الموقف من الشيء المستحدث ، فإنه يمكن تصنيف النتائج التي تظهر في الفئات التالية :

(١) نتائج وظيفية أو غير وظيفية ، وهذا الأمر يعتمد على كون المستحدث المراد نشره في النظام الاجتماعي قد لاقى قبولا أم لا .

(٢) نتائج مباشرة وغير مباشرة ، وهذا الأمر يعتمد على كون التغيير الاجتماعي حدث نتيجة الاستجابة الفورية للمستحدث ، أو نتيجة للآثار التي نجمت عن المستحدث .

(٣) نتائج ظاهرة ونتائج كامنة ، وتعتمد على كون المستحدث مدركا ومقصودا من قبل أفراد النظام الاجتماعـــــي أم لا .[2]

وتــتحدد عملـــية نـــشر الأفكار المستحدثة بأنها عملية تداول الاتـــصال بشأن فكرة ما من خلال قنوات معينة ، وخلال فترة من الوقت بين أفراد ينتمون لنظام اجتماعي .

بيـــنما تــتحدد عملية تبني المستحدثات بوجه عام بأنها العملية العقلـــية التي يمر خلالها الفرد منذ علمه بالابتكار وحتى تبنيه له ، وتمر هذه العملية بخمس مراحل رئيسة ، هي :

- مرحلة الوعي بالفكرة Awareness
- مرحلة الاهتمام Interest
- مرحلة التقييم Evaluation
- مرحلة التجريب Trial
- مرحلة التبني Adoption [3]

وتـــوجد عدة محددات تؤثر في تبني المستحدثات بوجه عام ، منها ما يتعلق بالمستحدث نفسه ، ومنها ما يتعلق بالفرد :

أولا : عوامل ترتبط بالشيء المستحدث :

- **الفائدة النسبية Relative Advantage**

وهي درجة إدراك الفرد للمستحدث بأنه أفضل وأنفع من الأفكار السابقة ، ويمكن قياس هذا الأمر من خلال عوامل منها العوامل الاقتصادية ، المكانة الاجتماعية والملائمة ، وإرضاء الأفراد ، ومن الملاحظ أنه كلما زادت عملية إدراك الفرد للفوائد النسبية للمستحدث كلما زادت سرعة تبنيه .[4]

- **الملائمة Compatibility**

وهـــي درجـــة إدراك الفـــرد للمستحدث بأنه ينسجم مع قيمه وخبراته السابقة ، وكذلك مع حاجاته الحالية من هذا المستحدث ، والمـــستحدث الـــذي لا يـــتوافق مع الأمور السابقة لا ينتشر بـــسهولة ، وفـــي هذه الحالة يتعين تغيير نظام القيم السائد في المجتمع ، وهو أمر يتطلب الكثير من الجهد .[5]

- **التعقيد Complexity**

فكلمـــا كانت الأفكار أو الممارسات المستحدثة سهلة نسبيا في الفهـــم أو الاستخدام من قبل الفرد ، كلما كانت عملية انتشارها وكـــذلك تبنيها أسرع وأفضل ، غير أن فكرة التعقيد قد تختلف مـــن شـــخص لآخر ، ومن مرحلة عمرية لأخرى ، فاستخدام الكمبيوتـــر وتـــصفح مواقـــع شـــبكة الويب مثلا يتطلب بعض

المهـــارات قـــد تبدو غير معقدة لجيل الشباب ، وقد تبدو معقدة لأجيال غير متمرسة على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة .

- إمكانية التجريب Trialibity

كلمـــا توافـــر للمستحدث إمكانية التجريب – ولو على مستوى محـــدود – كانت إمكانية تبنيه من الأفراد أكبر ، وبصفة عامة فـــإن المستحدثات التي يمكن تجربتها على مراحل يكون تبنيها أسرع من قبل الفرد ، لاسيما وأن هذه العملية تقلل من المخاطر التي يمكن أن يتوقعها الفرد منها .[6]

وفـــي ضـــوء مـــا سبق يمكن فهم سبب ما أشارت إليه بعض الدراســـات حول عدم ترحيب عدد كبير من مستخدمي الصحف الإلكتـــرونية بوجـــود إجـــراءات سابقة قبل تصفحهم لمحتوى الصحيفة ، حيث تطلب بعض مواقع الصحف أن يقوم المستخدم بتسجيل بياناته الشخصية في أول مرة لاستخدامها ، بينما تقصر صـــحف أخرى بعض خدماتها على المشتركين فيها ، كما توجد بعـــض الـــصحف التي لا تتيح الاطلاع على محتواها إلا نظير اشتراك مالي .[7]

- التكلفة Cost

وهـــي أحد الأبعاد الداخلة في تكوين الميزة النسبية ، إذ أن أي خدمة أو منتج جديد يتطلب تكلفة مادية أكبر تصبح عملية تبنيه

تبدو أبطأ مما لو كان المستحدث المراد تبنيه يتطلب إنفاقا أقل ، ومـــن هـــنا كان لانخفاض أسعار أجهزة الكمبيوتر ، وانخفاض تكلفـــة الدخـــول على شبكة الويب أثر كبير في ظهور الصحف الإلكترونية وتطورها .

- **الفعل الجماعي Collective Action**

تتطلب أغلب المستحدثات اتخاذ قرار التبني بشكل فردي ، غير أن بعـــض المـــستحدثات تـــتطلب اتخـــاذ قرار على المستوى الجماعي .

ويشير الباحثون إلى أنه ينبغي التركيز على بعض الخصائص تبعا للمرحلة التي تمر بها عملية التبني :

- ففـــي مرحلة الإدراك والمعرفة يجب التركيز على خاصتي البساطة والملائمة .
- وفـــي مـــرحلة الإقناع يجب التركيز على خاصتي الفائدة النسبية ، ووضوح الآثار والنتائج .
- أمـــا فـــي مرحلة اتخاذ القرار فيجب التركيز على إبراز خاصية إمكانية التجريب .[8]

ثانيا : عوامل خاصة بالفرد :

- مدى ثقة الفرد في قدرته على استخدام المستحدث والاستفادة منه .

مـــن العـــوامل المؤثرة على تبني المستحدثات ما يتعلق برؤية الفـــرد لقدراته وثقته بها ، وإيمانه بقدرته على تبني المستحدث واســـتخدامه ، لأن الفرد قبل أن يجرب استخدام مستحدث فإنه عـــادة ما يسأل نفسه عن مدى قدرته على استخدام المستحدث ، والاستفادة منه .[9]

- الدوافع الوقتية

تعـــد الدوافـــع الوقتية Status Incentives من أقوى العوامل النفسية نحو تبني المستحدثات ، ذلك أن بعض الأفراد يحبون أن يكونـــوا الأوائـــل عادة في استخدام المستحدثات ، سواء كانت أفكارا جديدة ، أو آليات جديدة ، أو حتى لو كانت صيحة جديدة في عالم الأزياء ، وعندما تبدأ الأغلبية في تبني ذلك المستحدث فـــإن قيمـــته الرمـــزية كمستحدث بالنسبة لفئة المتبنين الأوائل تنخفض ويبدؤون في البحث عن مستحدث جديد وهكذا .

- قيم ومعتقدات الفرد وتصوراته الخاصة

حـــيث تحدد القيم والمعتقدات انماط السلوك الموجودة عند أفراد المجتمع ، وهي كذلك مقاييس وإرشادات لأفراد المجتمع لاتباع

السلوك المسموح به ، وقد أثبتت البحوث والتجارب التي أجريت أن عملية انتشار المستحدثات تتأثر بشكل كبير بهذه المعايير ، وقد وجد أن بعض المعايير قد تقف حائلا دون انتشار بعض الأفكار الجديدة ، وقد يساعد البعض منها على تسريع هذه العملية ، ويمكن تصور أن هذه القيم والمعايير تندرج في مقياس نموذجي بين التقليد والحداثة ، والمعايير الحديثة وفقا لذلك يمكن أن تتضمن التقدم نحو التجديد والتطور والتغيير ، ولهذا يمكن الاستنتاج أن المجتمع الحديث الذي تسوده هذه المعايير يمكن أن يتصف باتجاهه الإيجابي نحو التغيير ، ووجود التطور التكنولوجي مع انتشار التخصصات الدقيقة ، وانتشار العلاقات المنطقية ، والانفتاح على الخارج ، والتساهل في دخول الأفكار الجديدة ، والقدرة على تصور أنفسهم في أماكن غيرهم ، وهو ما يعرف بالقدرة على التقمص الوجداني .[10]

وتتوافر لدى بعض الأفراد قدرة التأثير على اتجاهات وسلوكيات الآخرين يسمون قادة الرأي ، النخبة ، الصفوة ، وهم يمثلون نمطا من أنماط القيادة غير الرسمية في المجتمع ، ويكتسبون مصداقية الرأي والسلوك الذين يؤثران بهما على الأفراد من خلال عدد من المميزات :

(١) القـدرة علـى التواصـل مـع وسائل الإعلام المختلفة ومصادر المعلومات .

(٢) الانفـتاح علـى العـالم الخارجي ، والتعامل معه ومع الأنماط الأخرى من العلاقات الاجتماعية .

(٣) التمتع بمراكز اجتماعية عالية ، ومستوى تعليمي مرتفع غالبا ، غير أنه يمكن التغاضي عن هذه الميزة في بعض الأحيان .

(٤) القدرة على التواصل مع دعاة التغيير الرسميين أكثر من زملائهم .

(٥) التمـتع بـروح تجديديـة تقبل كل ما هو جديد ، وعلى ابتكار الأفكار الجديدة .[11]

نموذج التدفق Flow Theory

يعـــد نمـــوذج الـــتدفق مدخلا هاما لوصف التفاعل بين الفرد وأجهـــزة الحاسب الآلي ، وقد لخصت الدراسات أبعاد نموذج تدفق المعلومات في أنظمة الاتصال بواسطة الحاسب الآلي فيما يلي :

-التحكم **Control**

حيث يمتلك الأفراد في حالة التدفق القدرة على التحكم فـــي تفاعلاتهم مع الوسيلة التكنولوجية ، وهذا الشعور بالـــسيطرة في حالة النصوص على سبيل المثال يجعل الفـــرد يـــتمكن مـــن تحـــريكه وتعديله وحذفه ونسخه وتخزينه .

-تركيز الانتباه **Attention Focus**

بمعنـــى تركيـــز الفرد انتباهه على النشاط الذي يقوم بممارســـته ، حيث يضيق انتباه المتلقي في إطار معين ، وفـــي هـــذه الحالـــة فإن الفرد يفقد الوعي الذاتي ، ويصبح مستغرقا بشكل تام في النشاط الذي يقوم به .

-الفضول **Curiosity**

عـــادة مـــا يـــتم استثارة الفضول من خلال المثيرات المفاجـــئة ، ويمكـــن أن يـــتحقق ذلك لمستخدم شبكة

المعلـــومات الدولية (الإنترنت) من خلال الخصائص التكنولوجـــية التي يتميز بها الاتصال الإلكتروني مثل الصوت والألوان والحركة ، وهذه الأنظمة تثير النشاط العقلـــي عـــن طريق رغبة المتلقي في تحقيق نوع من الكفاءة في الاستخدام .

-الاهتمام الفاعل Intrinsic Interest

فعـــندما يكـــون الأفـــراد في حالة التدفق فإنهم يجدون الـــتفاعل شيقا بالدرجة التي يكتسبون معها فوائد عملية مع المعاني التي يكتسبونها بغرض التسلية والمتعة .[12]

مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية Media Richness

تخـــتلف وسائل الاتصال من حيث قدرتها على إزالة الغموض وتحقيق متطلبات الفهم ونقل البيانات ، ويمكن تصنيف هذه الوسائل مـــن الأكثـــر ثـــراء Rich إلى الأقل ثراء بناء على مجموعة من العوامل :

(١) وجـــود رد فعـــل فـــوري يجعـــل المشاركين في عملية الاتصال يتوصلون إلى الفهم المشترك .

(٢) استخدام مجموعة من الرموز لتوصيل المعاني والمشاعر ، مثل لغة الجسد مثلا .

(٣) استخدام اللغة الطبيعية لتوصيل المعاني .[13]

كمـــا تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها علـــى أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور .[14]

ووفقـــا لهـــذه المحددات فإن الإنترنت كوسيط حامل للصحافة الإلكتـــرونية تنطوي على كثير من عوامل الثراء من حيث إمكانية فورية رجع الصدى وسهولته ، ومن حيث تعدد الأشكال الإعلامية التـــي يمكن من خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المـــستقبل ، بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء السبراني غير المحدود يقـــضي علـــى إشـــكالية المـــساحة ، ويقـــدم خلفيات توضيحية ، وموضـــوعات ذات صـــلة تـــشرح وتفـــسر وتوضح أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤديها الرسالة الاتصالية .

مراجع الفصل السادس

[1] Everett Rogers& Floyd Shoemaker , Communication of Innovation : Agross-cultural Approach , second Edition , (New York , The Free Press, 1971) P.1

[2] Ibid.P.11

[3] Bryant .Jennings and Susan Thompson , Fundamentais of Media Effects, (New York:Mc Grow-Hill Companies,2002) P113-119

[4] Rogers&Shoemaker,Op cit.P.22

[5] د. شاهيناز محمد طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية : دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ط٢، ١٩٨٦) ص ٢٩٤

[6] ندى محيي الدين الساعي ، استخدام شبكات المعلومات وأثره على معدلات التعرض للتليفزيون ، دراسة تطبيقية على مستخدمي الشبكة القومية للمعلومات ، ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون ، ١٩٩٧) ص ٦٢

[7] مها عبد المجيد صلاح ، مصدر سابق ، ص ١٢٢

[8] د. إبراهيم إمام ، فن العلاقات العامة والإعلام ،(القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٦) ص٣٤٠

[9] Brynat, Jennings and Susan Thompson, op.cit , Pm 119

[10] Rogers &Shoemaker, Opcit, P31

[11] ندى محيي الدين الساعي ، مصدر سابق ، ص ٧٧، ٧٨

[12] د. شـــاهيناز بـــسيوني ، علاقـــة الجمهور المصري بالحاسبات الشخصية كوسائل اتصال منافسة لوسائل الاتصال الجماهيري ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ١٦ ، أكتوبر ١٩٩٩م) ص ٣٩ ، ٤٠

[13] Trevino,Lengel and Daft, Media Symbolism , Media Richness and Media Choise in Organizations asymbolic Interactionist Persepctive, Communications Research , vol14,No5 October1987,p.557

[14] د. شـــاهيناز بسيوني ، العوامل المؤثرة في ثراء المضمون المعلوماتي بموقع الهيئة العامة للاستعلامات على شبكة الإنترنت ، مجلة كلية الآداب (جامعة الزقازيق : العدد ٢٠، أبريل ١٩٩٨) ص . ٢